

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan peneliti dalam melakukan pengumpulan data baik dengan wawancara maupun observasi. Untuk itu peneliti menjabarkan delapan kajian penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan.

Penelitian yang dilakukan oleh Mundari dan Yuliaty (2020) dengan judul “Meningkatkan Produktivitas dan Profitabilitas UKM Toko Roti Jos Gandos”. Metode pengumpulan data menggunakan metode deskriptif analisis yaitu metode penelitian untuk memberikan pemecahan masalah melalui pengumpulan data mengenai kondisi UKM, kemudian pengolahan data serta diinterpretasikan. Tim PKM Untag Surabaya melakukan pengadaan alat pengembang roti dan meja untuk produksi. Setelah diberikan bantuan keperluan produksi, taraf produktivitas dan profitabilitas akan diukur, untuk mengetahui seberapa besar peningkatan kinerja Toko Roti”Jos Gandos”.

Berdasarkan hasil pengukuran produktivitas dapat diketahui bahwa dengan bantuan alat pengembang roti dan meja produksi, Indeks produktivitasnya Toko Roti” Jos Gandos” mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan sebelumnya yaitu terjadi peningkatan produktivitas sekitar 29%. Begitu juga tingkat profitabilitas, terjadi peningkatan laba yang signifikan yaitu sebesar 65,6% dan terjadinya peningkatan produksi yang semula 300 roti menjadi 400 roti dalam satu hari atau terjadi peningkatan jumlah produksi sebesar 33,3% serta mampu menurunkan biaya produksi rata-rata sekitar 14,84%. Rekomendasi strategis yang diberikan berdasarkan analisis SWOT adalah meningkatkan kuantitas produksi agar dapat menjual roti lebih banyak dan membuat program pemasaran agar profitabilitas bisa ditingkatkan lagi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Karhab (2020) dengan judul “Analisis Modal Kerja & Pengelolaan Keuangan Terhadap Pendapatan UMKM (Studi Kasus UMKM Srikandi Di Samarinda)”. Sumber data pada penelitian ini

berasal dari sumber asli (primer). Jenis Penelitian menggunakan penelitian tindakan dengan studi kasus. Sistem dalam mengumpulkan data adalah tanya jawab langsung kepada pemilik (wawancara), observasi (pengamatan) dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil dari uji T dalam penelitian, modal kerja mempunyai dampak (pengaruh) positif dan juga signifikan terhadap pendapatan, serta pengelolaan keuangan mempunyai pengaruh positif dan juga signifikan terhadap pendapatan. Sedangkan melalui uji F dalam penelitian ini didapatkan bahwa modal kerja dan pengelolaan keuangan secara bersamaan mempunyai pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap pendapatan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Sylvia (2018) dengan judul “Analisis Pendapatan Usaha Warung Makan di Kawasan Wisata Kuliner Siring Laut Kota Baru”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis besarnya pendapatan warung makan di daerah wisata kuliner Kabupaten Kotabaru. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, sedangkan sampel sebanyak 7 pemilik warung makan. Teknik Analisis Data yang digunakan adalah analisis biaya, analisis pendapatan bisnis, dan analisis pendapatan dan saldo biaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya 3 warung yang mempunyai lebih dari 1 R / C, yaitu Warung Lili, Kedai HBS, dan Dapur Zaliqq, sedangkan Warung Mamanda, Kedai Zhie, New Kaero Cafe, dan Cafe 4 Saudara menunjukkan nilai R / C kurang dari 1.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hermylina, et.al, (2020) dengan judul “Analisis Pendapatan Usaha Pembibitan Sengon di Desa Kedunglurah Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui besaran biaya dari usaha pembibitan sengon dalam satu kali produksi, besaran pendapatan yang diterima petani, dan besaran R/C dalam usaha pembibitan sengon. Metode penelitian menggunakan wawancara langsung petani pembibitan sengon. Pengambilan sampel secara random sampling dan didapatkan sebanyak 35 responden.

Penelitian ini dilakukan di Desa Kedunglurah Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek selama kurang lebih 1 bulan pada bulan Mei-Juni 2020. Metode analisis data yang digunakan biaya total, pendapatan, penerimaan, *R/C ratio*. Hasil penelitian bahwa biaya usaha pembibitan tanaman sengon yaitu biaya tetap sebesar Rp552.750,00 dan biaya variabel sebesar Rp212.770.650,00 serta biaya total keseluruhan sebesar Rp217.323.400,00. Penerimaan usaha pembibitan tanaman sengon sebesar Rp1.034.000.000,00 dengan pendapatan sebesar Rp826.676.600,00 dengan rata-rata Rp23.333.617,10. Sedangkan *R/C Ratio* didapatkan hasil sebesar 4,76 yang dapat diartikan bahwa usaha pembibitan tanaman sengon ini menguntungkan untuk para petani pembibitan.

Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari & Rauf (2020) dengan judul “Analisis Pendapatan Usaha Perikanan Tangkap: Pengalaman Dari Nelayan Kabupaten Garut Jawa Barat”. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengungkap dan menganalisis hal-hal yang berpengaruh terhadap pendapatan nelayan perikanan tangkap. Adapun, metode deskriptif eksplanatori penulis ambil sebagai Metode penelitian. Pengambilan data berasal dari 100 responden nelayan dengan bahasan profil nelayan berupa umur, pendidikan, tanggungan keluarga, pengalaman dan lama melaut. Selanjutnya, dalam menganalisis data digunakan metode regresi kuadrat terkecil (OLS). Berdasarkan penelitian yang dilakukan semua responden adalah pria sejumlah 100 orang (100%). Hasil pendapatan mengindikasikan bahwa semakin sulitnya nelayan mendapat ikan di perairan Kabupaten Garut padahal MSY lestari di kabupaten Garut adalah 10.000 ton/tahun dan hal ini cukup besar untuk para nelayan tangkap dengan hasil yang lebih besar.

Review jurnal internasional diteliti oleh Farida, et al., (2019) dengan judul Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM di Kota Tegal. Tujuan dalam penelitian ini adalah pembahasan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di kota Tegal yaitu : 1. Variabel Tingkat Pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Operasional UMKM. 2. Variabel Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Operasional UMKM. 3. Variabel Minat Menggunakan *E-commerce* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Operasional UMKM.

Pemanfaatan system *e-commerce* pada proses pemasaran produk hasil UMKM merupakan faktor penting dalam peningkatan kinerja UMKM. Dengan *e-commerce* pengusaha UMKM dapat meningkatkan dan memperluas pangsa pasar serta meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui pengaruh kemampuan menyusun laporan keuangan, latar belakang pendidikan dan minat menggunakan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM di Kota Tegal.

Jurnal selanjutnya diteliti oleh Yoga dan Setiawina (2021) dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Warung Tradisional Menghadapi Pesaing Minimarket Di Kecamatan mengwi. Tujuan dalam penelitian ini adalah Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung jarak, modal, jam kerja dan omzet penjualan terhadap pendapatan warung tradisional di Kecamatan Mengwi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dengan wawancara kepada pedagang warung tradisional di Kecamatan Mengwi. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan menggunakan rumus *cochran* yang didapat sampel sebanyak 96 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Path analysis*. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan variabel jarak, modal serta jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan dan variabel jarak, modal, jam kerja dan omzet penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang warung tradisional di Kecamatan Mengwi, hasil penelitian menunjukan bahwa omzet memediasi pengaruh jarak, modal dan jam kerja terhadap pendapatan, disarankan kepada pedagang warung tradisional dapat meningkatkan modal, jam kerja dan omzet penjualan, dan juga diperlukan koordinasi antara pemerintah setempat dalam mengatasi jarak antara warung tradisional dengan minimarket.

Hasil jurnal yang terakhir diteliti oleh Huda, et al., (2021) dengan judul “Analisis Pendapatan Usaha Roti Pada Industri Rumah Tangga Farida *Bakery* Di Desa Cikunir Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya”. Tujuan keseluruhan aktifitas Farida *Bakery* yaitu untuk memperoleh pendapatan yang tinggi. Besarnya biaya bahan baku pembuatan roti mempengaruhi pendapatan yang diperoleh Farida *Bakery* dan saat ini dari usaha roti ini belum memberikan

pendapatan sesuai dengan yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya, penerimaan dan pendapatan serta imbalan antara penerimaan (*revenue*) dan biaya (*cost*) pada usaha roti pada industri rumah tangga Farida *Bakery*.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, lokasi ditentukan secara purposive sampling dengan pertimbangan bahwa bisnis ini berada di Desa Cikunir Tasikmalaya yang merupakan home industri. Konsep biaya produksi yang digunakan adalah konsep biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku langsung (BBL), biaya tenaga kerja langsung (BTKL) dan biaya overhead pabrik (BOP).

Dari hasil penelitian terdahulu bahwa tidak ada yang mendeskripsikan secara lengkap usaha non formal khususnya UMKM pada warung tegal. Tidak di deskripsikan komposisi menu perharinya, standar masing-masing menu. Jadi dalam hal ini saya ingin mencoba untuk meneliti UMKM pada Warung Tegal 2000 di Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara dengan melakukan observasi baik komposisi menu, standar masing-masing menu dan pengaruhnya terhadap laba yang diperoleh.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. Pengertian Pendapatan**

Pendapatan (*revenue*) adalah arus kas masuk yang diperoleh atau arus kas masuk prospektif yang diperoleh, yang timbul dari kegiatan bisnis perusahaan yang berlangsung. Pendapatan ini mencakup arus kas masuk seperti penjualan tunai, serta arus kas masuk prospektif seperti penjualan kredit (Subramanyam, 2017:372). Pendapatan merupakan nilai barang yang dijual atau jasa yang diberikan (Siregar Baldric, 2013:36).

Sedangkan pendapat ahli lainnya, Harnanto (2019:102) menuliskan bahwa, pendapatan merupakan “Kenaikan atau bertambahnya aset serta penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan dampak dari kegiatan operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat ataupun konsumen pada khususnya.”

Sedangkan menurut menurut Samryn (2016:57) Pendapatan merupakan “Kenaikan aktiva atau pengurangan kewajiban yang bersumber dari penyerahan barang ataupun jasa dalam rangka aktivitas komersial perusahaan. Hasil perolehan pendapatan yang belum direalisasikan menjadi kas disebut piutang dan sesudah direalisasikan piutang tersebut berubah menjadi kas”.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas ditarik suatu kesimpulan bahwa pendapatan merupakan hasil yang diperoleh suatu perusahaan melalui penciptaan serta penyerahan barang, pemberian jasa, atau aktivitas-aktivitas lain yang mengakibatkan kenaikan aktiva atau penurunan kewajiban usaha pada suatu periode tertentu. Besarnya pendapatan perusahaan secara keseluruhan ditentukan oleh perubahan-perubahan yang terjadi pada harta perusahaan serta hutang yang disebabkan oleh transaksi-transaksi dan peristiwa lainnya. Dalam hal ini tidak termasuk aktivitas yang meliputi investasi dari pemilik perusahaan (*owner*).

Dikutip dalam jurnal Fitriyah (2016:60) Badan Pusat Statistik mendefinisikan pendapatan sebagai seseorang yang telah bekerja dengan mendapatkan upah atau penghasilan selama jangka waktu yang telah ditentukan baik berupa uang maupun barang. Badan Pusat Statistik menggolongkan menjadi tiga definisi pendapatan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Pendapatan berupa uang, merupakan penerimaan dalam bentuk uang yang didapat dari balas jasa.
- 2) Pendapatan berupa barang, merupakan penerimaan dalam bentuk barang ataupun jasa. Barang atau jasa yang didapat disamakan dengan harga pasar tetapi tidak dilakukan dengan transaksi uang oleh penikmat barang atau jasa tersebut.
- 3) Penerimaan yang bukan merupakan pendapatan, yaitu penerimaan dalam bentuk penjualan barang-barang yang dipakai, warisan, hadiah, pinjaman uang, dan sebagainya.

### **2.2.2 Pengakuan Pendapatan**

Menurut Subramanyam (2017:89) Pendapatan diakui ketika diterima maupun direalisasi atau dapat direalisasi. Pendapatan diterima ketika perusahaan menyerahkan produk atau jasanya. Sedangkan pendapatan di realisasi saat kas diperoleh atas produk atau jasa yang diserahkan. Pendapatan dapat direalisasi ketika perusahaan menerima aset atas produk atau jasa yang diserahkan (biasanya piutang) yang dapat dikonversi menjadi kas.

### **2.2.3. Pengertian Biaya**

Menurut Mulyadi (2018:8) biaya adalah objek yang dicatat, digolongkan, diringkaskan, dan disajikan oleh akuntansi biaya. Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Kos (*cost*) merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang. Kos diukur dalam satuan mata uang. Ketika barang atau jasa dimanfaatkan, kos akan menjadi biaya. Kos yang belum dimanfaatkan dikelompokkan sebagai aset (Siregar Baldrick, 2013:36).

#### **2.2.3.1. Penggolongan Biaya**

Menurut Mulyadi, (2018:13) biaya dapat digolongkan menurut:

1. Objek pengeluaran
2. Fungsi pokok dalam perusahaan
3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.
5. Jangka waktu manfaatnya.

#### **2.2.3.2. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran**

Nama objek pengeluaran adalah dasar penggolongan biaya. Contohnya nama objek pengeluaran merupakan bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”. Misalnya pada

perusahaan kertas yaitu sebagai berikut: biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, serta biaya zat warna.

### **2.2.3.3. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan**

Pada perusahaan manufaktur, ada tiga unsur pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, serta fungsi administrasi & umum. Oleh sebab itu pada perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

#### **1. Biaya produksi**

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Berdasarkan objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut dengan istilah biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja langsung dengan biaya overhead pabrik sering pula disebut dengan istilah biaya konversi, yang merupakan biaya untuk mengkonversikan (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi.

#### **2. Biaya pemasaran**

Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan; biaya promosi, biaya angkutan dari gudang ke perusahaan ke gudang pembeli; gaji karyawan bagian-bagian yang melakukan kegiatan pemasaran; biaya contoh (*sample*).

#### **3. Biaya administrasi & umum**

Biaya administrasi & umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi aktivitas produksi serta pemasaran produk. Contoh biaya ini yaitu biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia, dan hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, serta biaya *photocopy*.

#### **2.2.3.4. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai**

Menurut Mulyadi (2018:14) Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

##### 1. Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung merupakan biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah di identifikasikan dengan sesuatu yang dibiayai (Mulyadi, 2018:15).

##### 2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung merupakan biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik (Mulyadi, 2018:15).

#### **2.2.3.5. Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Aktivitas.**

Menurut Mulyadi (2018:15) Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat digolongkan menjadi:

##### 1. Biaya variabel

Merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume aktivitas. Contohnya yaitu biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (Mulyadi, 2018:16).

##### 2. Biaya semivariabel

Merupakan biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume aktivitas. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel (Mulyadi, 2018:16).

### 1. Biaya semifixed

Merupakan biaya yang tetap untuk taraf volume aktivitas tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu (Mulyadi, 2018:16).

### 2. Biaya tetap

Merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume aktivitas tertentu (Mulyadi, 2018:16).

#### **2.2.4. Produk Bersama**

Menurut Nurdiniah, *et al.*, (2014:90) Jika dari proses produksi dihasilkan beberapa jenis produk, produk-produk yang dihasilkan disebut produk bersama (*joint product*) atau produk sampingan (*by product*).

Produk bersama yaitu beberapa jenis produk, masing-masing produk mempunyai nilai jual yang signifikan, yang didapatkan secara simultan sebagai akibat dari pemrosesan bahan baku atau proses produksi yang sama (Nurdiniah, *et al.*, 2014:90).

Produk bersama merupakan dua produk atau lebih yang diproduksi secara bersama dengan serangkaian proses atau dengan proses gabungan. Nilai jual (kuantitas kali harga jual per satuan) masing-masing produk bersama ini cukup sama, sehingga tidak ada diantara produk-produk yang dihasilkan tersebut dianggap sebagai produk *primer* ataupun produk sampingan (Mulyadi, 2018:334).

##### **2.2.4.1. Karakteristik Produk Bersama**

Produk bersama mempunyai karakteristik sebagai berikut (Mulyadi, 2018:335) :

1. Produk bersama merupakan tujuan utama aktivitas produksi.
2. Harga jual produk bersama cukup tinggi bila dibandingkan dengan produk sampingan yang dihasilkan pada saat yang sama.
3. Dalam mengolah produk bersama tertentu, produsen tidak dapat menghindarkan diri untuk menghasilkan semua jenis produk bersama, jika ia ingin memproduksi hanya salah satu diantara produk bersama tersebut.

### 2.2.5. Akuntansi Produk Bersama

Menurut (Nurdiniah, Dade. *et al.*, 2014:90) Untuk menentukan tarif pokok produk, biaya bersama harus dialokasikan kepada masing-masing jenis produk yang dihasilkan. Biaya bersama dapat dialokasikan kepada tiap-tiap produk bersama dengan menggunakan salah satu dari empat metode dibawah ini:

#### 1. Metode nilai jual relatif

Menurut (Mulyadi, 2018:336) dasar pikiran metode ini adalah bahwa harga jual suatu produk merupakan perwujudan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam mengolah produk tersebut. jika salah satu produk terjual lebih tinggi daripada produk yang lain, hal ini karena biaya yang dikeluarkan untuk produk tersebut lebih banyak bila dibandingkan dengan produk yang lain.

#### 2. Metode satuan fisik

Menurut (Mulyadi, 2018:338) metode satuan fisik mencoba menentukan harga pokok produk bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing-masing produk akhir. dalam metode ini biaya bersama dialokasikan kepada produk atas dasar koefisien fisik yaitu kuantitas bahan baku yang terdapat dalam masing-masing produk.

#### 3. Metode rata-rata biaya per satuan

Menurut (Mulyadi, 2018:339) metode ini hanya dapat digunakan bila produk bersama yang dihasilkan diukur dalam satuan yang sama. dalam metode ini harga pokok produksi masing-masing produk dihitung sesuai dengan proporsi kuantitas yang diproduksi.

#### 4. Metode rata-rata tertimbang

Menurut (Mulyadi, 2018:340) jika dalam metode rata-rata biaya per satuan dasar yang dipakai dalam mengalokasikan biaya bersama adalah kuantitas produksi, maka dalam metode rata-rata tertimbang kuantitas produksi ini dikalikan dulu dengan angka penimbang dan hasil kalinya baru dipakai sebagai dasar alokasi.

### 2.2.6 Definisi UMKM

Menurut Apip dan Erna (2020) UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat didorong oleh pemerintah karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah sebab sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. UMKM menjadi faktor sentral bagi masyarakat karena mampu memberikan pendapatan dalam memenuhi aktivitas sehari-hari dan mampu berperan aktif dalam menjaga pertumbuhan ekonomi. Secara ekonomi, pelaku UMKM memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa dalam arti memberikan kontribusi bagi penciptaan lapangan kerja serta produk domestik bruto (PDB).

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi taraf pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. Selain itu, UMKM sudah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.

Definisi UMKM berbeda antara satu negara dengan negara lainnya dan berbeda pula definisi yang dibuat oleh berbagai lembaga dunia. Tidak ada suatu kesepakatan terhadap definisi UMKM. Umumnya, UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria dan ciri yang dapat berupa jumlah tenaga kerja yang dipergunakan, total kapital dan omzet dari aktivitas yang dihasilkan, serta dapat pula didefinisikan berdasarkan karakteristik UMKM, seperti skala usaha, teknologi yang digunakan, organisasi dan manajemen, orientasi pasar, dan lain sebagainya.

Menurut Handini (2019:19-21) dikutip dalam bukunya yang berjudul Manajemen UMKM dan Koperasi sebagai berikut :

Setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, definisi UMKM berubah menjadi :

1. Usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.
2. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan ataupun bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.
3. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan ataupun cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil.

## **2.2.7 Kelemahan dan Keunggulan UKM**

### **2.2.7.1 Kelemahan UKM**

Menurut Handini (2019:41-42) Kelemahan yang dimiliki Usaha Kecil dan Menengah (UKM) (Tambunan, 2002) adalah:

1. Kesulitan pemasaran hasil dari studi lintas Negara yang dilakukan oleh James dan Akarasee (1988) di sejumlah Negara ASEAN menyimpulkan salah satu aspek yang terkait dengan persoalan pemasaran yang umum dihadapi oleh pengusaha UKM artinya tekanan-tekanan persaingan, baik di pasar domestik dari produk-produk yang serupa buatan pengusaha-pengusaha besar dan impor, maupun di pasar ekspor.
2. Keterbatasan finansial UKM di Indonesia menghadapi dua persoalan utama pada aspek finansial antara lain: modal (baik modal awal maupun modal kerja) dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan output jangka panjang.
3. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) Keterbatasan sumber daya manusia juga merupakan salah satu kendala serius pada UKM di Indonesia, terutama pada aspek-aspek kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, kontrol kualitas, akuntansi, mesin-mesin, organisasi, pemrosesan data, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Seluruh keahlian tersebut sangat diperlukan untuk mempertahankan ataupun memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktifitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru.
4. Masalah bahan baku Keterbatasan bahan baku dan input-input lain juga sering menjadi salah satu persoalan serius bagi pertumbuhan output atau kelangsungan produksi bagi UKM di Indonesia. Terutama selama masa krisis, banyak sentra-sentra Usaha Kecil dan Menengah seperti sepatu serta produk-produk textile mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku ataupun input lain karena biayanya dalam rupiah menjadi sangat mahal akibat depresiasi nilai tukar terhadap dolar AS.

5. Keterbatasan teknologi tidak selaras dengan Negara-negara maju, UKM di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi tradisional dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya total produksi serta efisiensi di dalam proses produksi, namun juga rendahnya kualitas produk yang dibuat serta kesanggupan bagi UKM di Indonesia untuk dapat bersaing di pasar dunia. Keterbatasan teknologi dikarenakan oleh banyak faktor seperti keterbatasan modal investasi untuk membeli mesin-mesin baru, keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi, dan keterbatasan sumber daya manusia yang dapat mengoperasikan mesin-mesin baru.

#### **2.2.7.2 Keunggulan UKM**

Keunggulan yang dimiliki oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dibandingkan dengan usaha besar (Partomo dan Rachman, 2002) yang dikutip dalam buku Handani (2019:40-41) antara lain :

1. Inovasi dalam teknologi yang dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
2. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil
3. Fleksibilitas dan kompetensi menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibandingkan dengan perusahaan berskala besar yang pada umumnya birokratis
4. Terdapat dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan.

#### **2.2.8 Peran UKM Dalam Perekonomian Indonesia**

Menurut Handini, *et al.*, (2019:47) UKM hadir menjadi suatu solusi dari sistem perekonomian yang sehat. UKM merupakan salah satu sektor industri yang sedikit bahkan tidak sama sekali terkena akibat krisis global yang melanda dunia. Dengan bukti ini, jelas bahwa UKM dapat diperhitungkan dalam meningkatkan kekompetitifan pasar dan stabilisasi sistem ekonomi yang ada.

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UKM selalu dideskripsikan sebagai sektor yang memiliki peranan vital, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup pada aktivitas usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Peranan usaha kecil tersebut menjadi elemen yang diutamakan pada setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua departemen yaitu Departemen Perindustrian dan Perdagangan, serta Departemen Koperasi dan UKM (Handini 2019:48).

Menurut Handini (2019:48) yang dikutip Peran Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia sangat besar dan sudah terbukti menyelamatkan perekonomian bangsa pada saat dilanda krisis ekonomi tahun 1997, menurut Dewan Pimpinan Pusat Himpunan Pengusaha Pribumi Indonesia (DPP HIPPI), Suryo B.Sulisto, MBA.

### 2.3. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan teori yang telah dikemukakan diatas, gambaran menyeluruh penelitian ini yang menyangkut tentang Pendapatan Warung Tegal 2000 di Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara dapat disederhanakan dalam kerangka berpikir sebagai berikut :

**Gambar 2.1**

