

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pendapatan

Pendapatan berasal dari kata dasar “dapat”. Menurut (KBBI:2014) pengertian pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Pengertian pendapatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan definisi pendapatan secara umum. Pada perkembangannya, pengertian pendapatan memiliki penafsiran yang berbeda-beda tergantung dari latar belakang disiplin ilmu yang digunakan untuk menyusun konsep pendapatan bagi pihak-pihak tertentu.

Menurut Widyatama, (2015), pendapatan atau *income* dari seorang wargamasyarakat adalah suatu hasil penjualan dari output yang dihasilkan dalam suatu proses produksi. Pengertian pendapatan terdapat penafsiran yang berbeda-beda bagi pihak yang berkompeten disebabkan karena latar belakang disiplin yang berbeda dengan penyusunan konsep pendapatan bagi pihak tertentu.

Menurut ilmu ekonomi, pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Definisi pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup kemungkinan perubahan lebih dari total harta kekayaan badan usaha pada awal periode dan menekankan pada jumlah nilai statis pada akhir periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah kenaikan harta kekayaan karena

perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang. Harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan pasar produksi.

Jenis - jenis pendapatan dapat dibedakan menjadi tiga, diantaranya yaitu :

1. Pendapatan Total (*Total Revenue* / TR).

Total Revenue / TR adalah jumlah atau kuantitas barang yang terjual, dikalikan dengan harga satuan. Semakin banyak yang terjual tentunya semakin besar penerimaan total ($TR = P \times Q$). Pada pasar persaingan sempurna, TR merupakan garis lurus dari titik origin, karena harga yang terjadi dipasar bagi mereka merupakan suatu yang tidak bisa dipengaruhi, maka penerimaan mereka naik sebanding atau proporsional dengan jumlah barang yang dijual.

Pada pasar persaingan tidak sempurna, TR merupakan garis melengkung dari titik origin, karena masing – masing perusahaan dapat menentukan sendiri harga barang yang dijualnya, dimana mula-mula TR naiksangat cepat yang bisa dikarenakan oleh praktek monopoli, kemudian pada titik tertentu mulai menurun yang bisa dikarenakan oleh pengaruh persaingan dan substansi. Perusahaan akan memperoleh laba jika nilai *Total Revenue* (TR) > *Total Cost* (TC). Laba maksimum tercapai bila nilai TR-TC hasilnya mencapai maksimum.

Konsep penghasilan antara jumlah output yang dijual dengan tingkat harga tertentu. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Rosyidi, 1998:237):

$$TR = P \times Q$$

$$Q = f (K, L)$$

Keterangan:

P = Harga barang yang dihasilkan

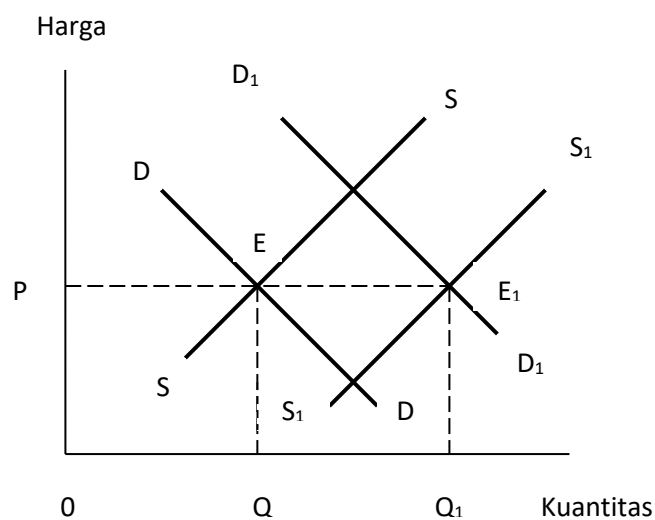
Q = Jumlah barang yang mampu dihasilkan

K = Modal

L = Labour (Tenaga Kerja)

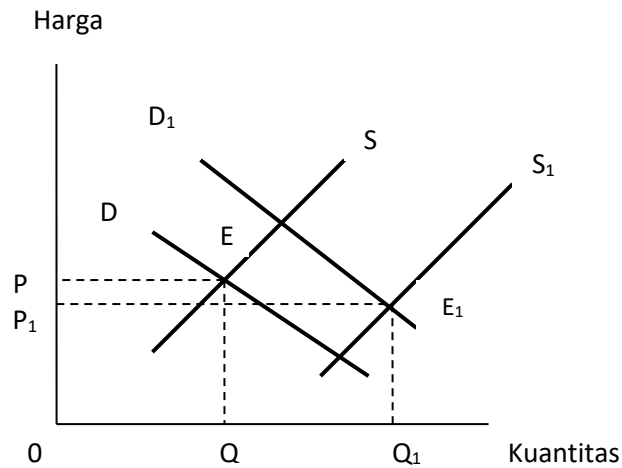
Harga dipengaruhi oleh jumlah permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Apabila pertambahan permintaan sama dengan pertambahan penawaran maka tingkat harga tidak berubah. Sedangkan apabila pertambahan permintaan kurang dari pertambahan penawaran harga akan menurun.

Gambar 2.1 menunjukkan keadaan dimana pertambahan dalam permintaan adalah sama dengan pertambahan dalam penawaran. Perubahan ini menyebabkan harga tidak mengalami perubahan, yaitu tetap sebesar P.



Gambar 2.1

Permintaan dan Penawaran Mengalami Peningkatan Yang Sama Besarnya



Gambar 2.2

Pertambahan Penawaran Melebihi Pertambahan Permintaan

Gambar 2.2 menunjukkan keadaan dimana perubahan penawaran melebihi perubahan permintaan. Perubahan seperti ini menyebabkan harga menurun, yaitu dari P menjadi P_1 .

Hasil Produksi yang dijual sama dengan penjualan yang disebut TR (*total revenue*). Sehingga besar kecilnya pendapatan TR (*total revenue*) ditentukan oleh besar kecilnya barang produksi atau barang yang dijual.

Hubungan antara barang yang diproduksi dengan barang yang dijual dapat :

- Barang yang diproduksi lebih besar daripada barang yang dijual
- Barang yang diproduksi sama dengan barang yang dijual (biasanya terjadi pada kegiatan penjualan yang barang dijual langsung diproduksi setelah ada permintaan) terutama untuk barang-barang yang tidak bisa di stok. Oleh karena itu untuk kasus penjualan keripik singkong, maka diasumsikan jumlah produksi sama dengan jumlah penjualan.

1. Pendapatan Rata-rata (*Average Revenue / AR*)

Average Revenue / AR adalah pendapatan rata-rata yang diperoleh dari total penerimaan dibagi dengan jumlah barang yang dijual ($AR = TR / Q$). Penerimaan rata-rata (*Average Total revenue: ATR*), yaitu rata-rata penerimaan dari per kesatuan produk yang dijual atau yang dihasilkan, yang diperoleh dengan jalan membagi hasil total penerimaan dengan jumlah satuan barang yang dijual.

2. Pendapatan Marjinal (*Marginal Revenue / MR*)

Marginal Revenue / MR adalah tambahan penerimaan karena adanya tambahan penjualan dari setiap satuan hasil produksi. Penerimaan Marginal juga bisa diartikan sebagai penambahan penerimaan atas *Total Revenue* sebagai akibat penambahan satu unit output. Dalam pasar persaingan sempurna MR ini adalah konstan dan sama dengan harga (p), dan berimpit dengan kurva *Average Revenue* atau kurva permintaan, dan bentuk kurvanya adalah horizontal.

2.1.2 Teori Produksi

Secara umum, produksi dapat diartikan sebagai kegiatan optimalisasi dari faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, modal dan lain-lainnya oleh perusahaan untuk menghasilkan produk berupa barang-barang dan jasa-jasa. Secara teknis, kegiatan produksi dilakukan dengan mengkombinasikan beberapa *input* untuk menghasilkan sejumlah *output*. Dalam pengertian ekonomi, produksi didefinisikan sebagai usaha manusia untuk menciptakan atau menambah daya atau nilai guna dari suatu barang atau benda untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Berdasarkan pada kepentingan produsen, tujuan produksi adalah untuk menghasilkan barang yang dapat memberikan laba. Tujuan tersebut dapat tercapai, jika barang atau jasa yang diproduksi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa sasaran kegiatan produksi adalah melayani kebutuhan masyarakat atau untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat umum. Dengan demikian produksi itu tidak terbatas pada pembuatannya saja tetapi juga penyimpanannya, distribusi, pengangkutan, pengeceran, pemasaran kembali, upaya-upaya mensiasati lembaga regulator atau mencari celah hukum demi memperoleh keringanan pajak atau lainnya (Nofia, 2016).

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menambah nilai suatu objek atau membuat objek baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah kegunaan suatu objek tanpa mengubah bentuknya disebut produksi jasa. Sedangkan kegiatan menambah kegunaan suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuk yang disebut produksi barang.

Sadono Sukirno (2013) menjelaskan bahwa fungsi produksi merupakan sifat hubungan diantara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang dihasilkan. Faktor produksi dikenal pula dengan istilah *input* dan jumlah produksi selalu juga disebut sebagai *output*.

Dalam teori produksi komponen input dapat diuraikan berdasarkan jenis atau karakteristik. Secara umum input atau faktor produksi dapat diklasifikasikan menjadi dua macam :

1. Faktor Produksi Tetap (*Fixed Inputs*), yaitu faktor produksi yang tidak dapat diubah jumlahnya dengan cepat, kecuali dengan biaya yang sangat mahal.

2. Faktor Produksi Berubah (*Variable Inputs*), yaitu faktor produksi yang jumlahnya dapat diubah-ubah dengan mudah.

Kegiatan operasi merupakan bagian dari kegiatan organisasi yang melakukan transformasi dari masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*). Masukan berupa sumber daya yang diperlukan seperti : modal, bahan baku dan tenaga kerja, sedangkan keluaran dapat berupa barang setengah jadi maupun barang jadi dan jasa.

2.1.2.1 Fungsi Produksi

Fungsi produksi menurut Robert S Pindyck dan Daniel L Rubinfeld dalam buku Mikro ekonomi menyatakan dalam bentuk rumus, yaitu seperti berikut:

$$Q = f (K, L, R, T)$$

Dimana K adalah jumlah stok modal, L adalah jumlah tenaga kerja dan ini meliputi berbagai jenis tenaga kerjadan keahlian keusahawanan, R adalah kekayaan alam, dan T adalah tingkat teknologi yang digunakan. Q adalah jumlah produksi yang dihasilkan oleh berbagai jenis faktor – faktor produksi tersebut, yaitu secara bersama digunakan untuk memproduksi barang yang sedang dianalisis sifat produksinya.

Persamaan tersebut merupakan suatu pernyataan matematik yang pada dasarnya berarti bahwa tingkat produksi suatu barang tergantung kepada jumlah modal, jumlah tenaga kerja, jumlah kekayaan alam, dan tingkat teknologi yang digunakan. Jumlah produksi yang berbeda-beda dengan sendirinya akan memerlukan berbagai faktor produksi tersebut dalam jumlah yang berbeda-beda juga. Di samping itu, untuk satu tingkat produksi tertentu dapat pula digunakan gabungan faktor produksi yang berbeda.

Jangka pendek (*short run*) mengacu pada jangka waktu yang mana satu atau lebih faktor produksi tidak bisa diubah. Dengan kata lain, dalam jangka pendek paling tidak terdapat satu faktor yang tidak dapat divariasikan, seperti sebuah faktor yang disebut input tetap (*fixed input*).

Jangka panjang (*long run*) adalah jumlah waktu yang dibutuhkan untuk membuat semua input menjadi variabel. Keputusan-keputusan yang harus dibuat perusahaan itu lebih sulit dalam jangka pendek daripada jangka panjang. Semua input tetap dalam jangka pendek adalah hasil dari keputusan jangka panjang yang dahulu dibuat berdasarkan perkiraan perusahaan tentang yang menguntungkan dapat mereka produksi dan jual. Dimana faktor produksi dapat diubah-ubah jumlahnya atau *variable inputs*.

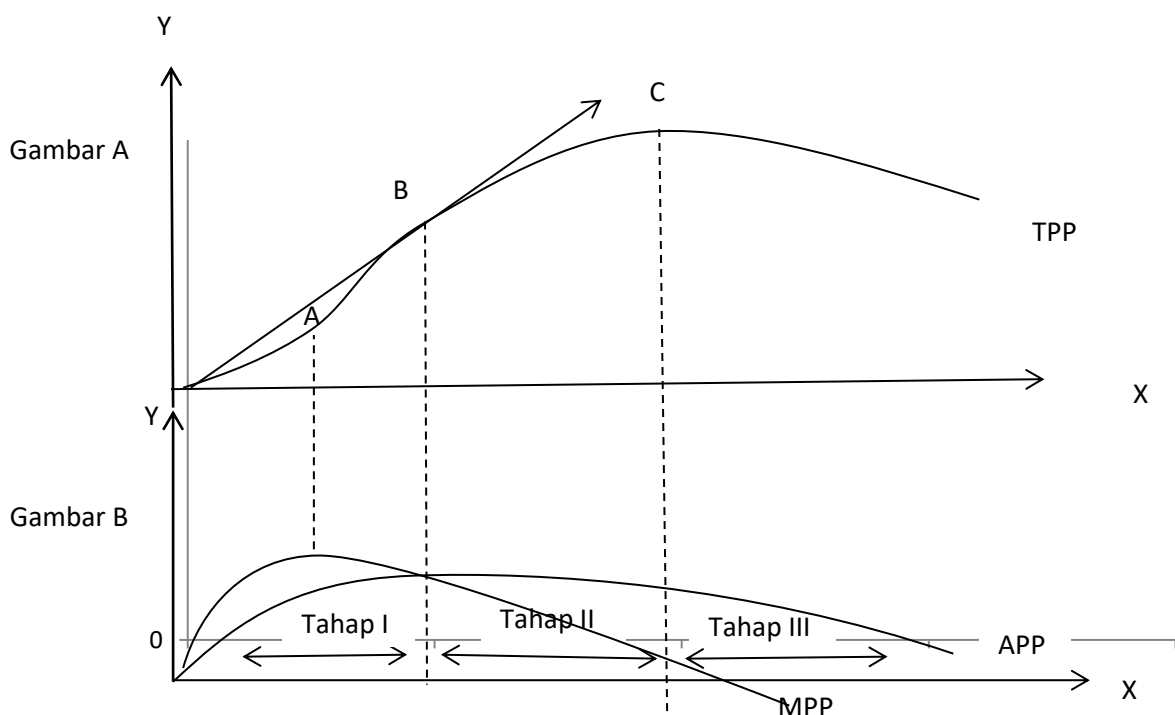
2.1.2.2 Fungsi Produksi Jangka Pendek (Satu Input Variabel)

Teori produksi yang menjelaskan hubungan antara tingkat produksi dengan satu jenis faktor produksi yang dapat diubah (*variabel input*). Dalam analisa disini diasumsikan fungsi produksinya $Q = f(K, L)$ dimana tenaga kerja (L) adalah variabel *input* dan modal (K) adalah *fixed input*. Hukum hasil lebih yang semakin berkurang "*The Law of Diminishing Returns*" mengatakan bahwa apabila faktor produksi yang dapat ditambah jumlahnya (biaya variabel seperti tenaga kerja) terus menerus ditambah sebanyak satu unit, pada mulanya produksi total akan semakin banyak penambahannya, tetapi sesudah mencapai suatu tingkat tertentu produksi tambahan akan semakin berkurang dan akhirnya mencapai nilai negatif. Sifat pertambahan produksi seperti ini menyebabkan pertambahan produksi total semakin lambat dan

akhirnya mencapai tingkat maksimum dan kemudian menurun (Sadono Sukirno, 2013).

Dalam gambar di bawah ini terlihat hubungan total produksi, produksi marginal dan produksi rata-rata terdapat 3 tahapan. Tahap I menunjukkan tenaga kerja yang masih sedikit, apabila ditambah akan meningkatkan total produksi, produksi rata-rata dan produksi marginal. Tahap II produksi total terus meningkat sampai produksi optimum sedangkan produksi rata-rata menurun dan produksi marginal menurun sampai titik nol. Tahap III penambahan tenaga kerja menurunkan total produksi dan produksi rata-rata, sedangkan produksi marginal negatif.

Di bawah ini pada gambar 2.3 merupakan kurva hubungan total produksi, produksi marginal dan produksi rata – rata :



Gambar 2.3
Hubungan Antara Kurva TPP, MPP dan APP

Keterangan :

1. Kurva TPP (*Total Physical Product*) adalah kurva yang menunjukkan tingkat produksi total pada berbagai tingkat penggunaan input variabel (input-input lain yang dianggap tetap).
2. Kurva MPP (*Marginal Physical Product*) adalah kurva yang menunjukkan tambahan (kenaikan) dari TPP, yaitu ΔTPP atau ΔY yang disebabkan oleh penggunaan tambahan satu unit input variabel.
3. Kurva APP (*Average Physical Product*) adalah kurva yang menunjukkan hasil rata-rata per unit variabel pada berbagai tingkat penggunaan input.

2.1.2.3 Fungsi Produksi Jangka Panjang (Dua Input Variabel)

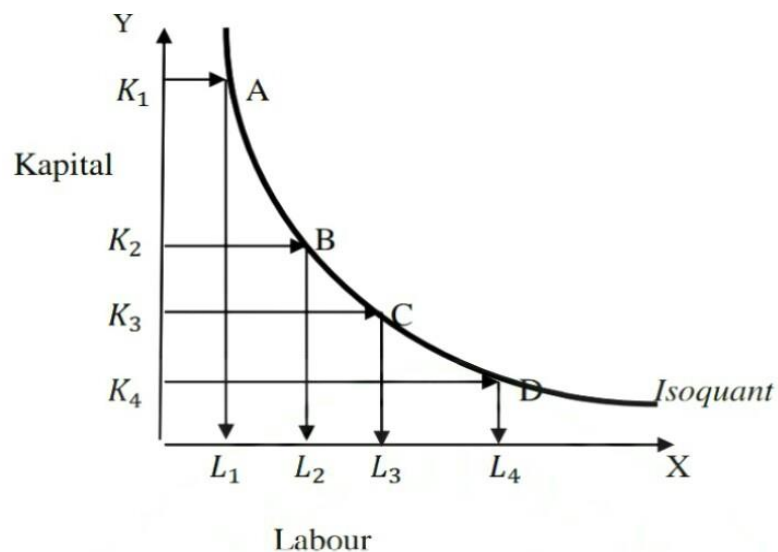
Teori produksi dengan menggunakan dua variabel *input* adalah mengkombinasikan antara faktor produksi tenaga kerja dan modal. Dalam berproduksi, seorang produsen tentu saja dihadapkan pada bagaimana menggunakan faktor produksinya secara efisien untuk hasil maksimum. Oleh karena itu, produsen akan berusaha mencari kombinasi terbaik antara dua variabel *input* tersebut. Hasil produksi sama dalam teori ini akan ditunjukkan oleh suatu kurva yang diberi nama *isoquant curve* (biasanya disebut isoquant sisi) sedangkan biaya yang digunakan dalam rangka menghasilkan produk tersebut disebut *isocost* (biaya sama).

a. *Isoquant*

Kurva produksi sama (*isoquant*) merupakan kurva yang menunjukkan berbagai kemungkinan kombinasi faktor-faktor produksi yang menghasilkan tingkat produksi yang sama. Bentuk serta ciri kurva *isoquant* adalah analog dengan kurva indifferens.

Jadi kurva *isoquant* bentuknya cembung ke titik asal (tidak boleh lurus vertikal maupun horizontal), tidak boleh berpotongan dengan *isoquant* yang lainnya, semakin jauh kedudukannya dari titik asal menunjukkan semakin banyak faktor produksi yang digunakan sehingga semakin banyak produksi yang dihasilkan.

Dalam kurva *isoquant* lerengnya mencerminkan laju substitusi teknis marginal (*marginal rate of technical substitution*). Tambahan kata “teknis” dimaksudkan untuk menjelaskan bahwa hubungan antar faktor produksi tenaga kerja dan modal bersifat teknis semata. Misalkan seorang pengusaha ingin memproduksi barang sebanyak 100 unit. Untuk memproduksi barang tersebut diperlukan faktor produksi tenaga kerja dan modal dengan kombinasi seperti terlihat pada gambar 2.4 berikut :



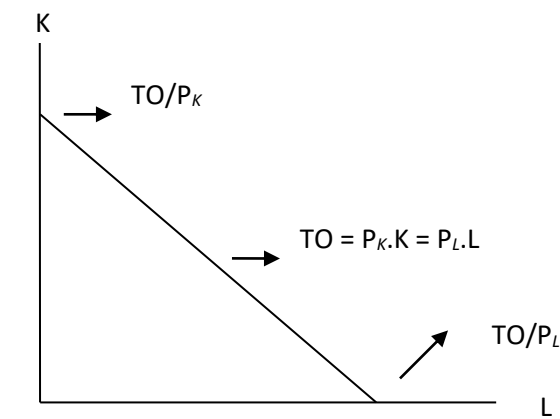
Gambar 2.4
Kurva Produksi Sama (*Isoquant*)

Gambar di atas, L menunjukkan tenaga kerja dan K menunjukkan kapital atau modal. Kombinasi tenaga kerja sebanyak L_1 dan kapital sebanyak K_1 atau yang ditunjukkan di titik A akan menghasilkan output yang sama dengan kombinasi titik B (tenaga kerja sebanyak L_2 dan kapital sebanyak K_2). Kombinasi titik A dan B juga

akan sama besarnya output dengan titik C (tenaga kerja sebanyak L_3 dan kapital sebanyak K_3). Jadi jika kombinasi tenaga kerja dan kapital yang digunakan tetap dalam satu garis isoquant maka besarnya output akan sama.

b. *Isocost*

Dengan *input* atau dengan biaya yang ada setiap produsen atau perusahaan dalam kegiatan usahanya pasti menginginkan adanya hasil produksi yang optimal sehingga keuntungan maksimum. Untuk itu perusahaan atau produsen harus dapat meminimumkan biaya, membuat analisa biaya produksi yang minimum perlu dibuat garis ongkos sama. Garis ongkos sama merupakan garis yang menggambarkan kombinasi faktor-faktor produksi yang dapat dibeli dengan menggunakan sejumlah anggaran tertentu. Untuk membuat garis ongkos sama ini harus diketahui lebih dulu harga faktor produksi tersebut. Seperti pada gambar 2.5 sebagai berikut :



Gambar 2.5
Kurva Garis Biaya Sama (*Isocost*)

Ket :

TO = Total Pengeluaran

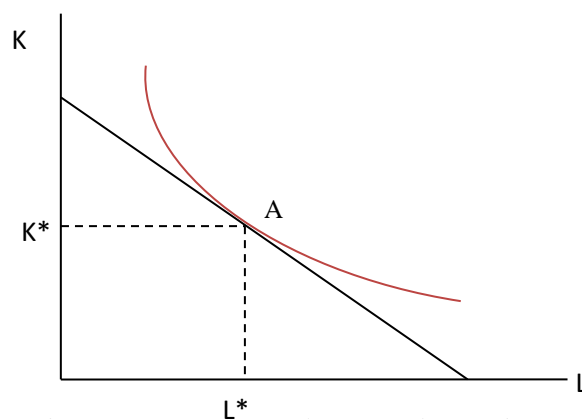
PK = Harga kapital

PL = Harga Tenaga Kerja.

Garis $TO/PL - TO/PK$ adalah garis *isocost* (ongkos sama), dan titik-titik disepanjang garis ongkos sama merupakan kombinasi faktor produksi tenaga kerja dan modal yang dapat dibeli dengan menghabiskan anggaran sebanyak TO . Kemiringan garis anggaran tersebut adalah PL/PK .

Jika anggaran produsen untuk pembelian faktor produksi (*input*) tersebut ditingkatkan, sedangkan harga-harga faktor produksi tetap maka *isocost* tersebut akan bergeser ke kanan, atau lebih banyak faktor produksi yang dapat dibeli. Sebaliknya, jika anggaran tersebut berkurang dan harga faktor produksi tetap, maka *isocost* akan bergeser ke kiri yang berarti menunjukkan semakin sedikit faktor produksi yang dapat dibeli.

Produsen dalam kondisi keseimbangan jika dapat memaksimalkan outputnya dengan sejumlah pengeluaran tertentu. Berikut ini gambar 2.6 menjelaskan mengenai *isoquant* dan *isocost curve* pada titik keseimbangan.



Sumber : Teori Pengantar Ekonomi Mikro (Sadono Sukirno, 2013)

Gambar 2.6
Kurva Isoquant dan Isocost

2.1.2.4 Elastisitas Output

Menurut Joesron dan Fathorazzi (2012 :116, 122), elastisitas produksi menggambarkan persentase perubahan *output* sebagai akibat persentase perubahan *input*. Perbandingan elastisitas produksi antar *input* akan menjelaskan *input* mana yang lebih elastis dibandingkan *input* lainnya. Parameter ini sangat penting terutama dalam usaha mengadakan perbaikan proses produksi dan melihat dampak perubahan dari faktor-faktor *input*. Di dalam fungsi produksi Cobb Douglas elastisitas produksi relatif lebih mudah untuk diperoleh, karena elastisitas produksi dapat diketahui dengan melihat besarnya koefisien pada setiap variabel *independen*.

Menurut Arsyad (2008:242), elastisitas *output* (E_Q) menunjukkan persentase perubahan *output* yang disebabkan oleh perubahan semua *input* sebesar satu persen. Jika X merupakan semua *input* yang digunakan, maka :

$$E_Q = \frac{\text{Persentase perubahan output (Q)}}{\text{persentase perubahan semua input (X)}}$$

Elastisitas merupakan perubahan yang terjadi pada suatu variabel dan menimbulkan dampak perubahan pada variabel yang lain. Pindyck (2009) menyatakan elastisitas menunjukkan persentase perubahan yang terjadi pada suatu variabel sebagai reaksi atas setiap satu persen kenaikan pada variabel lain. Konsep elastisitas dapat digambarkan dalam persamaan berikut:

$$Y = f(K)$$

Dari persamaan di atas, untuk mengetahui tingkat elastisitas Y terhadap perubahan K dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$\varepsilon_{Y,K} = \frac{\partial Y/Y}{\partial K/K} = \frac{\partial Y}{\partial K} \frac{K}{Y}$$

Dalam persamaan log seperti berikut maka koefisien elastisitas dapat diperoleh dengan mudah yaitu koefisien regresi dari persamaan berikut :

$$\text{Log } y = \log a + \log b + \log c$$

Nilai koefisien elastisitas lebih besar dari satu ($E > 1$) disebut elastis, yaitu persentase perubahan *output* lebih besar dari persentase perubahan kapital. Jika nilai koefisien elastisitas kurang dari satu (< 1) dapat dikatakan persentase perubahan *output* lebih kecil dari persentase perubahan capital (inelastis).

2.1.2.5 Skala Hasil (*Return to scale*)

Dalam suatu fungsi produksi, setiap penambahan *input* akan menyebabkan terjadinya penambahan *output* dalam proporsi tertentu (Pindyck, 2009). Perbandingan antara besarnya penambahan *input* dan penambahan *output* dijelaskan melalui pengamatan skala atas hasil atau *return to scale*. Fungsi utama dari pengamatan tersebut untuk mengetahui seberapa besar *output* yang dihasilkan apabila semua *input*nya ditambah dalam suatu proporsi tertentu. Konsep skala hasil (*Return to Scale*) sangat bermanfaat untuk mengevaluasi mengenai sistem produksi yang memproduksi secara proporsional atau tidak terhadap perubahan inputnya (Gaszpers, 2011:286).

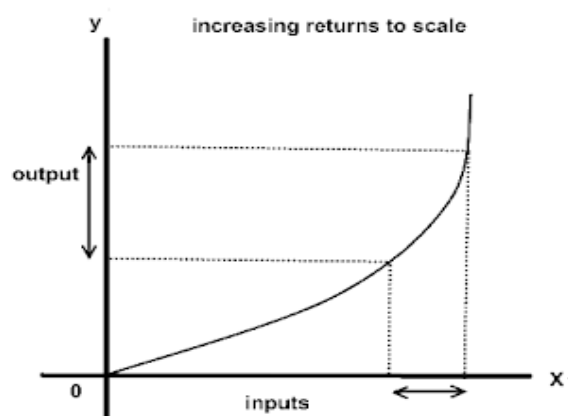
Pada dasarnya, sistem produksi memiliki tiga jenis skala hasil (*return to scale*), yaitu :

a. *Increasing Return to Scale*

Menurut Gaszpers (2011:287), suatu produksi dikatakan berada dalam skala *output* meningkat (*increasing return to scale*), bila *input* ditingkatkan penggunaannya

dalam proporsi yang sama, akan meningkatkan *output* yang lebih besar dari proporsi *inputnya*.

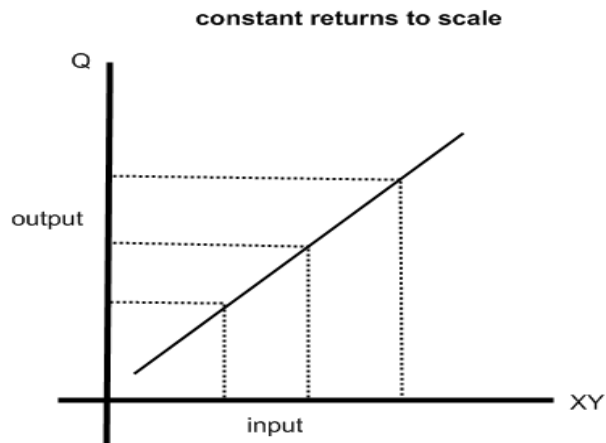
Perusahaan yang berada dalam kondisi *increasing return to scale* akan memiliki prospek yang baik untuk berkembang apabila permintaan pasar terhadap produk tersebut meningkat (Gaszpers, 2011:287).



Gambar 2.7
Increasing Return to Scale Curve

b. *Constan Return to Scale*

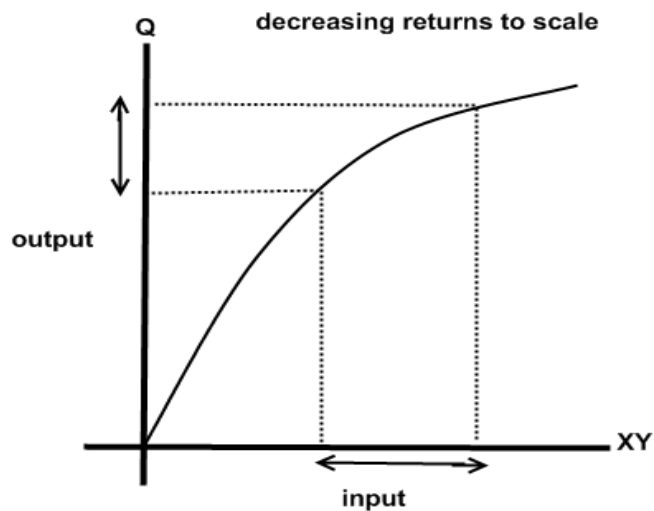
Suatu produksi dikatakan berada dalam skala *output* yang konstan (*constan return to scale*) adalah apabila semua *input* ditambah penggunaannya dalam proporsi yang sama, akan meningkatkan *output* sebesar proporsi yang sama juga (Gaszpers, 2011:287).



Gambar 2.8
Constan Return to Scale Curve

c. *Decreasing Return to Scale*

Skala *output* yang menurun atau *decreasing return to scale* merupakan keadaan dimana ketika suatu perusahaan menambahkan seluruh *input* dengan proporsi yang sama, akan meningkatkan *output* produksi yang lebih kecil dari proporsi penambahan *inputnya* (Gaszpers, 2011:288).



Gambar 2.9
Decreasing Return to Scale Curve

2.1.3 Teori Harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Menurut William J. Stanton harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga menurut Jerome Mc Cartgy harga adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu.

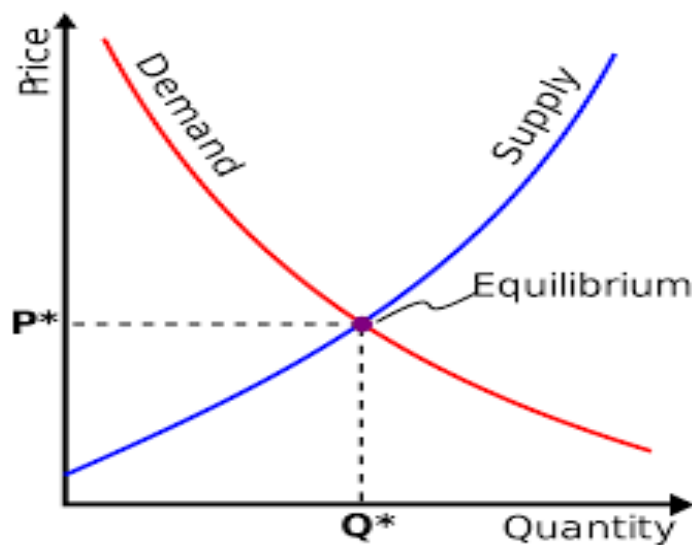
Menurut Philip Kotler harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini. Dalam arti yang paling sempit harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu atau jasa.

Dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal seperti deregulasi (aturan atau sistem yang mengatur), persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang usaha bagi yang menepati pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan dan juga mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merk.

Teori harga pasar merupakan teori ekonomi yang menerangkan perilaku harga pasar barang-barang atau jasa individual. Isi teori harga pasar intinya ialah: harga

suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif tinggi rendahnya ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar.

Keseimbangan pasar (*market equilibrium*) akan tercapai jika jumlah produk yang diminta sama dengan jumlah produk yang ditawarkan atau harga pokok yang ditawarkan sama dengan harga produk yang diminta pembeli. Pada saat itu akan terjadi transaksi antara penjual dan pembeli, karena telah terjadi kesepakatan mengenai harga dan atau jumlah produk. Berikut ini gambar 2.10 mengenai keseimbangan pasar antara kurva penawaran yang berpotongan dengan kurva permintaan:



Gambar 2.10
Kurva keseimbangan Pasar

Dari gambar 2.10 sumbu vertikal menunjukkan harga barang (p) yang diukur dalam rupiah per unit. Harga inilah yang diterima penjualan untuk jumlah penawaran tertentu dan yang akan dibayar pembeli untuk jumlah permintaan tertentu. Sumbu horizontal menunjukkan jumlah total permintaan dan penawaran (Q) dinyatakan

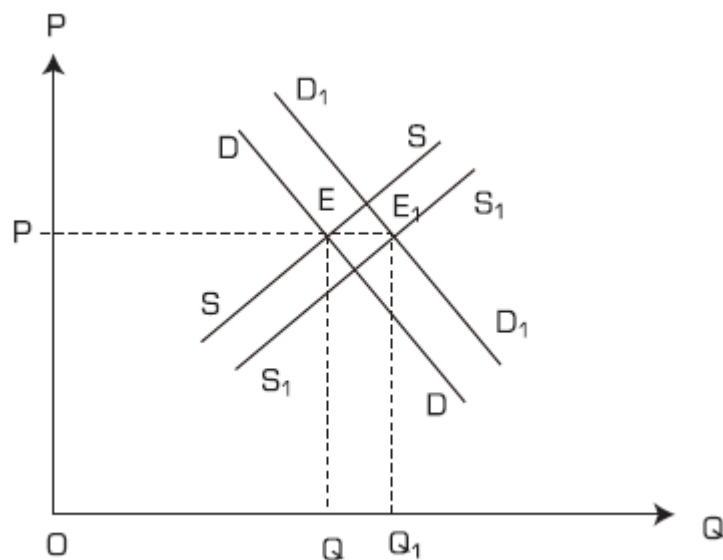
dalam unit per periode. Didalam kurva tersebut terdapat perpotongan antara kurva penawaran dan kurva permintaan yang disebut keseimbangan pasar (*equilibrium*).

Kedua kurva saling berpotongan pada jumlah dan harga *equilibrium*. Pada harga ini P_e , jumlah penawaran dan permintaan adalah sama (Q_e). Mekanisme pasar (*market mechanism*) adalah kecenderungan pasar bebas untuk perubahan harga sampai pasar menjadi seimbang, yaitu sampai jumlah penawaran dan permintaan sama. Pada titik ini karena tidak ada kelebihan permintaan atau kelebihan penawaran, tidak ada tekanan terhadap harga untuk berubah lagi. Penawaran dan permintaan tidak selalu berada dalam equilibrium dan beberapa pasar mungkin tidak akan mencapai equilibrium dengan cepat apabila kondisi tiba-tiba berubah, namun kecenderungan tetap, bahwa pasar biasanya mengarah ke keseimbangan.

Untuk memahami mengapa pasar cenderung mengarah ke keseimbangan misalnya pada awal harga berada di atas tingkat keseimbangan pasar (P_1) dalam gambar 2.10 maka produsen akan berusaha memproduksi dan menjual barang lebih daripada kesediaan konsumen untuk membeli. Akibatnya akan terjadi surplus dimana jumlah penawaran melebihi jumlah permintaan. Untuk menjual surplus ini atau paling sedikit mencegah surplus yang bertambah, produsen akan mulai menurunkan harga. Akhirnya harga turun, jumlah permintaan akan naik dan jumlah penawaran akan turun sampai harga equilibrium P_e tercapai. Hal sebaliknya akan terjadi jika harga mula-mula ada di bawah P_e , yaitu P_2 . Kekurangan (*Shortage*), yaitu situasi dimana jumlah permintaan melampaui jumlah penawaran. Hal ini mengakibatkan

harga tertekan keatas karena konsumen akan bersaing satu sama lain untuk mendapatkan penawaran yang ada dan produsen merespons dengan kenaikan harga dan menambah output dan harga akhirnya akan mencapai P_e .

Ketika menggambarkan dan menggunakan kurva penawaran dan permintaan diasumsikan bahwa pada setiap harga, barang akan diproduksi dan dijual dalam jumlah tertentu. Asumsi ini hanya bisa terjadi jika suatu pasar sedikitnya bersifat bersaing, yaitu baik penjual maupun pembeli hanya mempunyai sedikit kekuatan di pasar. Maksudnya adalah secara individu memiliki sifat kemampuan untuk mempengaruhi harga pasar. Seperti pada gambar 2.11 berikut ini :



Gambar 2.11

Kurva Pergeseran titik keseimbangan

Adakalanya perubahan faktor yang memengaruhi permintaan bersamaan waktunya dengan perubahan faktor yang memengaruhi penawaran. Dengan demikian, terjadi pergeseran kurva permintaan dan kurva penawaran dalam waktu yang bersamaan. Pergeseran tersebut tertentu akan mengubah posisi titik keseimbangan.

Pergeseran kurva permintaan (dari D_D ke D_1D_1) dan kurva penawaran (dari S_S ke S_1S_1) telah menggeser titik keseimbangan dari E ke E_1 . Walaupun E bergeser ke E_1 , tetapi harga keseimbangan tidak berubah, yaitu tetap sebesar OP . Pergeseran kurva permintaan dari D_D ke D_1D_1 dan kurva penawaran dari S_S ke S_1S_1 telah menggeser titik keseimbangan dari E ke E_1 . Tampak E bergeser ke E_1 , tetapi jumlah keseimbangannya tidak berubah, yakni tetap sebesar OQ .

2.1.3.1 Teori Permintaan

Sukirno (2005) mengatakan bahwa teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Menurut Gilarso (2007), dalam ilmu ekonomi istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang akan dibeli orang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*).

Hukum Permintaan pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa “*Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik, maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga barang turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat*”.

Berdasarkan hukum permintaan (*the law of demand*) perubahan permintaan atas suatu barang dan jasa semata-mata ditentukan oleh harga dari barang atau jasa tersebut, *ceteris paribus*. Namun dalam kenyataannya, banyak permintaan terhadap suatu barang atau jasa juga ditentukan oleh faktor-faktor lain selain faktor harga itu

sendiri. Oleh sebab itu perlu juga dijelaskan bagaimana faktor-faktor yang lain akan mempengaruhi permintaan.

Menurut Sukirno (2010) faktor-faktor selain harga barang itu sendiri yang juga berperan penting dalam mempengaruhi permintaan akan suatu barang atau jasa adalah sebagai berikut :

a. Harga barang lain

Terjadinya perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh pada permintaan barang lain. Harga barang lain dapat meliputi harga barang substitusi, komplemen, dan independen.

- 1) Bila harga barang pengganti (substitusi) turun, maka permintaan suatu barang akan turun, maka akan beralih ke barang substitusi yang turun harganya.
- 2) Bila harga barang pelengkap (komplementer) turun, maka permintaan barang akan naik. Jika barang komplementer turun maka permintaan barang harga tersebut naik, sebagai barang pelengkap.
- 3) Barang independen, adalah barang yang permintaannya tidak tergantung atau tidak terpengaruh pada harga barang lainnya.

b. Tingkat pendapatan Masyarakat

Perubahan tingkat pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Secara teoritis, peningkatan pendapatan akan meningkatkan konsumsi. Peningkatan konsumsi dan meningkatkan permintaan barang dan jasa.

Bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi tidak hanya bertambah kuantitasnya, tetapi kualitasnya juga meningkat.

c. Selera

Selera merupakan variabel yang mempengaruhi banyak sedikitnya permintaan. Selera dan pilihan konsumen terhadap suatu barang bukan saja dipengaruhi oleh struktur umur konsumen atau jenis kelamin, tetapi juga karena faktor adat dan kebiasaan setempat, tingkat pendidikan, atau lainnya.

d. Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk merupakan faktor yang sangat dominan terhadap perubahan permintaan. Semakin banyak jumlah penduduk mengakibatkan peningkatan permintaan atas barang dan jasa.

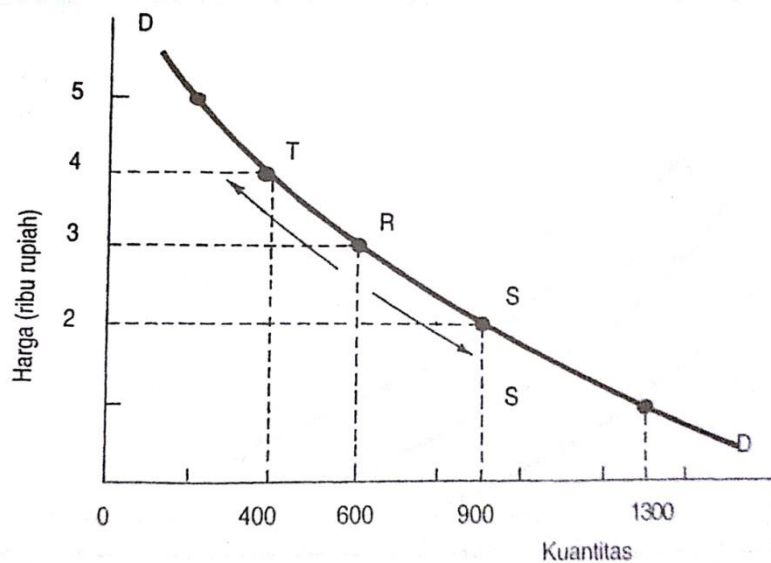
e. Ekspektasi di masa yang akan datang

Perubahan-perubahan yang diperkirakan akan terjadi di masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Perkiraan bahwa harga-harga akan bertambah tinggi di masa yang akan datang, dapat mendorong jumlah pembelian yang lebih banyak pada saat ini, demikian juga sebaliknya bila perkiraan harga-harga akan turun, maka hal tersebut akan mendorong penundaan pembelian sehingga mengurangi jumlah pembelian saat ini.

Perubahan sepanjang kurva permintaan berlaku apabila harga barang yang diminta menjadi makin tinggi atau makin menurun. Perhatikan gambar 2.12. Misalkan DD adalah kurva permintaan pasar terhadap buku tulis dan pada

permulaannya harga adalah Rp. 3000 dan jumlah barang yang diminta adalah 600. Keadaan ini ditunjukkan oleh titik R.

Seterusnya misalkan para produsen buku tulis menurunkan harga penjualan buku tulis menjadi hanya Rp. 2000 per buku. Dalam gambar 2.12 dapat dilihat bahwa perubahan harga tersebut menyebabkan keadaan permintaan berubah, yaitu dari yang ditunjukkan titik R kepada titik S. ini berarti penurunan harga buku dari Rp. 3000 menjadi Rp. 2000 telah menambah jumlah yang diminta dari 600 kepada 900 buku tulis. Kenaikkan harga akan mengurangi jumlah yang diminta. Akibat dari kenaikan harga juga dapat diikuti sepanjang kurva permintaan.

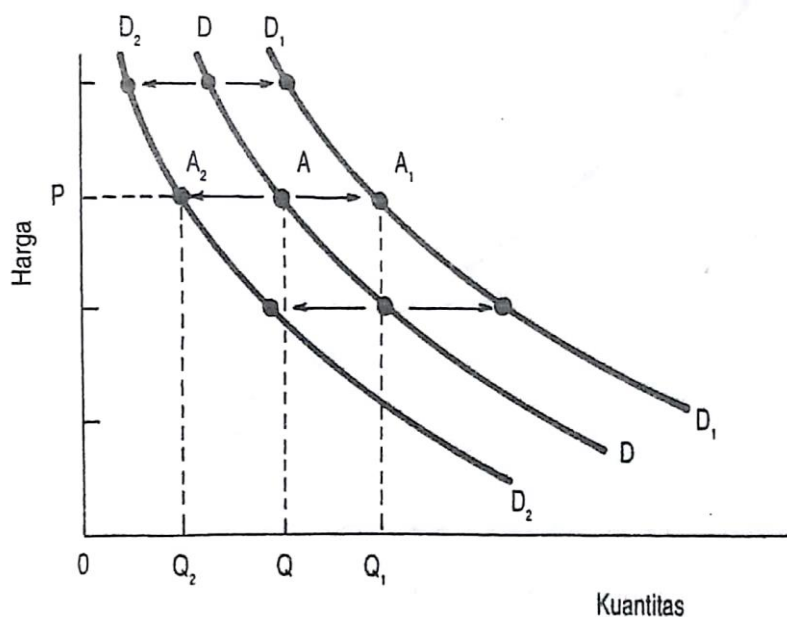


Gambar 2.12
Gerakan Sepanjang Kurva Permintaan

Kurva permintaan akan bergerak ke kanan atau ke kiri, yaitu seperti yang ditunjukkan dalam gambar 2.13, apabila terdapat perubahan permintaan yang ditimbulkan oleh faktor bukan harga. Sekiranya harga barang lain, pendapatan para

pembeli dan berbagai faktor bukan harga lainnya mengalami perubahan, maka perubahan ini akan menyebabkan kurva permintaan pindah ke kanan atau ke kiri.

Perhatikanlah titik Adan A_1 . Titik A menggambarkan bahwa pada harga P, jumlah yang diminta adalah Q sedangkan titik A_1 menggambarkan bahwa pada harga P, jumlah yang diminta adalah Q_1 .Dapat dilihatbahwa $Q_1 > Q$ dan berarti kenaikan pendapatan menyebabkan pada harga P permintaan bergerak ke sebelah kanan, maka perpindahan itu menunjukkan pertambahan dalam permintaan. Sebaliknya pergeseran kurva permintaan ke sebelah kiri, misalnya menjadi D_1D_2 berarti bahwa permintaan telah berkurang. Sebagai akibat dari perubahan ini pada harga P_1 jumlah barang yang diminta adalah Q_2 . Keadaan ini ditunjukkan oleh titik A_2 .



Gambar 2.13
Pergeseran Kurva Permintaan

2.1.3.2 Teori Penawaran

Menurut Hanafie (2010), dalam ilmu ekonomi istilah penawaran (*supply*) mempunyai arti jumlah dari suatu barang tertentu yang mau dijual pada berbagai kemungkinan harga, dalam jangka waktu tertentu, *ceteris paribus*.

Seperti dalam permintaan menurut ekonomi mikro dijelaskan bahwa penawaran juga dapat digolongkan menjadi penawaran perorangan dan penawaran pasar. Penawaran perorangan ialah penawaran yang dilakukan oleh seorang penjual dalam menawarkan berbagai jumlah barang pada berbagai tingkat harga. Penawaran pasar ialah keseluruhan penawaran yang didapat dari penjumlahan penawaran perorangan suatu barang atau jasa pada berbagai tingkat harga.

Hukum Penawaran pada hakikatnya juga merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa :

"Hubungan antara barang yang ditawarkan dengan harga barang tersebut dimana hubungannya yaitu: ketika harga meningkat atau naik, maka jumlah barang yang ditawarkan akan meningkat dan sebaliknya apabila harga barang turun maka jumlah barang yang ditawarkan akan menurun".

"Semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan".

Penawaran akan suatu barang ditentukan oleh beberapa faktor selain harga barang itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penawaran diantaranya adalah :

a. Jumlah Penjual atau Produsen

Jika jumlah produsen suatu barang tertentu tinggi, maka jumlah penawaran terhadap barang tersebut juga akan tetap tinggi. Misalnya, jika suatu daerah menjadi sentra penghasil sepatu. Maka penawaran sepatu di daerah tersebut akan tinggi.

b. Bencana Alam

Jika terjadi bencana alam pada suatu daerah penghasil suatu produk. Maka bisa dipastikan bahwa jumlah produksi barang tersebut akan menurun dan mempengaruhi tingkat penawarannya.

c. Harga Barang Pengganti

Apabila harga suatu barang meningkat maka penawaran terhadap barang pengganti akan mengalami peningkatan karena penjual akan menawarkan barang pengganti sebagai alternatif barang utama yang mengalami kenaikan. Contohnya harga kopi meningkat menyebabkan harga barang penggantinya yaitu teh terlihat lebih rendah, sehingga penjual lebih banyak menjual teh.

d. Biaya Produksi

Biaya produksi berkaitan dengan biaya yang digunakan dalam proses produksi, seperti biaya untuk membeli bahan baku, biaya untuk gaji pegawai, biaya untuk bahan-bahan penolong, dan sebagainya. Apabila biaya-biaya produksi meningkat, maka harga barang barang diproduksi akan tinggi. Akibatnya produsen akan menawarkan barang produksinya dalam jumlah yang sedikit.

e. Kemajuan Teknologi

Kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap besar kecilnya barang yang ditawarkan. Adanya teknologi yang lebih modern akan memudahkan produsen dalam

menghasilkan barang dan jasa. Selain itu dengan menggunakan mesin-mesin modern akan menurunkan biaya produksi dan akan memudahkan produsen untuk menjual barang dengan jumlah yang banyak.

Dalam hubungannya dengan penawaran suatu barang, kemajuan teknologi menimbulkan dua efek, yaitu produksi dapat ditambah dengan lebih cepat dan biaya produksi semakin murah sehingga keuntungan bertambah tinggi.

f. Pajak

Pajak yang merupakan ketetapan pemerintah terhadap suatu produk sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya harga. Jika pajak suatu barang menjadi tinggi, maka permintaan akan berkurang, sehingga penawaran juga akan berkurang.

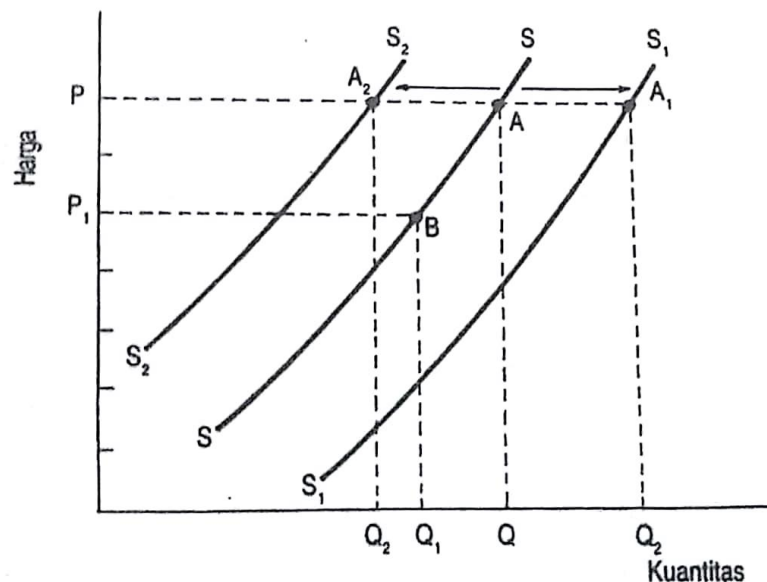
g. Perkiraan Harga di Masa Depan

Perkiraan harga di masa datang sangat memengaruhi besar kecilnya jumlah penawaran. Jika perusahaan memperkirakan harga barang dan jasa naik, sedangkan penghasilan masyarakat tetap, maka perusahaan akan menurunkan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan. Misalnya pada saat krisis ekonomi, harga-harga barang dan jasa naik, sementara penghasilan relatif tetap. Akibatnya perusahaan akan mengurangi jumlah produksi barang dan jasa, karena takut tidak laku.

Seperti halnya dengan dalam analisis mengenai permintaan, dalam analisis mengenai penawaran perlu dibedakan antara gerakan sepanjang kurva penawaran dan pergeseran kurva penawaran. Perubahan harga menimbulkan gerakan sepanjang kurva penawaran, sedangkan perubahan faktor-faktor lain diluar harga menimbulkan pergeseran kurva tersebut.

Perhatikan kedua keadaan ini di gambar 2.14. dimisalkan pada mulanya kurva penawaran adalah SS. Titik A menggambarkan bahwa pada waktu harga adalah P jumlah barang yang ditawarkan adalah Q. sekiranya harga turun menjadi P_1 hubungan di antara harga dan jumlah yang ditawarkan pindah ke titik B. ini berarti sekarang jumlah yang ditawarkan hanyalah sebanyak Q_1 . Perubahan ini menggambarkan gerakan sepanjang kurva penawaran.

Perubahan dalam jumlah yang ditawarkan dapat pula berlaku sebagai akibat dari pergeseran kurva penawaran. Pergeseran dari SS menjadi S_1S_1 atau S_2S_2 menggambarkan perubahan penawaran. Gambar 2.14 menunjukkan pergeseran kurva penawaran dari SS menjadi S_1S_1 menyebabkan jumlah yang ditawarkan bertambah dari Q menjadi Q_2 walaupun harga tetap sebesar P. keadaan ini ditunjukkan oleh titik A_1 . Pergeseran SS menjadi S_2S_2 menggambarkan pengurangan output.



Gambar 2.14
Gerakan sepanjang Kurva Penawaran dan Pergeseran Kurva Penawaran

2.1.4 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Sentra Industri Keripik Singkong di Kelurahan Setiamanah Cimahi Tengah Kota Cimahi merupakan sentra industri yang terdiri dari 26 pelaku usaha keripik. Usaha ini tergolong ke dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Karena kapasitas produksi masing-masing pelaku usaha masih terbatas, dan jumlah tenaga kerja di bawah 100 orang.

2.1.4.1 Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam perekonomian Indonesia 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. Kriteria usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang. Berikut adalah beberapa pengertian UMKM :

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro sebagaimana dimaksud menurut Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,00 (seratus juta rupiah) per tahun. Usaha Mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp.50.000.000,-. Ciri-ciri usaha mikro adalah sebagai berikut :

- a. Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti
- b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat

- c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha
- d. Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai
- e. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah
- f. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank
- g. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.

2. Usaha Kecil

Usaha Kecil sebagaimana dimaksud Undang-undang No.9 Tahun 1995 adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) per tahun serta dapat menerima kredit dari bank maksimal di atas Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).

Ciri-ciri usaha kecil menurut Undang-undang No. 9 Tahun 1995 dalam Abdullah (2004), antara lain :

- a. Pada umumnya sudah melakukan pembukuan/manajemen keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, dan sudah membuat neraca usaha.

- b. Sumber Daya Manusia sudah lebih maju rata-rata berpendidikan SMA dan sudah ada pengalaman usahanya.
- c. Pada umumnya sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
- d. Sebagian besar sudah berhubungan dengan perbankan, namun belum dapat membuat *business planning*, studi kelayakan dan proposal kredit kepada bank, sehingga masih sangat memerlukan jasa konsultan/pendamping.
- e. Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki antara 5-19 orang.

3. Usaha Menengah

Usaha Menengah sebagaimana dimaksud Inpres No.10 tahun 1998 adalah usaha bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan usaha bersih lebih besar dari Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp10.000.000.000,00, (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta dapat menerima kredit dari bank sebesar Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) s/d Rp.5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah). Ciri-ciri usaha menengah adalah sebagai berikut:

- a. Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi.
- b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk *auditing* dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan.

- c. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada Jamsostek, pemeliharaan kesehatan dll.
- d. Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dll.
- e. Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan.
- f. Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.

2.1.4.2 Pendapatan UMKM

Pendapatan berasal dari kata dasar “dapat”. Menurut (KBBI:2014) pengertian pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Menurut Widyatama, (2015), pendapatan atau *income* dari seorang wargamasyarakat adalah suatu hasil penjualan dari output yang dihasilkan dalam suatu proses produksi.

Pendapatan UMKM yaitu omset yang didapat dari hasil penjualan produk yang mereka jual, adapun kriteria pendapatannya adalah dari 50 juta rupiah sampai 50 milyar rupiah, adapun bagiannya adalah sebagai berikut

Usaha Mikro	: Pendapatan yang diperoleh adalah maksimum Rp.300.000.000/bulan.
Usaha Kecil	: Pendapatan yang diperoleh adalah Rp. 300.000.000 sampai Rp. 2.500.000.000/bulan.
Usaha Menengah	: Pendapatan yang diperoleh adalah Rp. 2.500.000.000 sampai Rp. 50.000.000.000/bulan.

2.1.4.3 Modal UMKM

Modal adalah barang-barang atau peralatan yang dapat digunakan untuk melakukan proses produksi. Modal dapat digolongkan berdasarkan sumber bentuknya, berdasarkan kepemilikannya serta berdasarkan sifatnya. Berdasarkan sumbernya modal dapat dibagi 2 yakni : modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri adalah modal yang sumber pendanaannya berasal dari dalam perusahaan itu sendiri sedangkan modal asing adalah modal yang sumber pendanaannya dari investor asing. Ada beberapa tipe modal yang dijadikan sebagai sumber pendanaan bagi UMKM diantaranya :

1. Modal usaha dari Pemerintah

Modal usaha dari pemerintah adalah pendanaan dana berupa program-program yang dikhususkan bagi usaha-usaha yang baru dimulai ataupun sudah berjalan. Diantaranya sebagai berikut :

a. Modal Usaha Hibah Kelompok

Modal usaha ini biasanya merupakan bantuan yang diberikan kepada satu kelompok yang memiliki usaha yang telah berjalan dalam waktu tertentu. Modal usaha yang satu ini biasanya harus diajukan proposalnya kepada pemerintah.

b. Modal Usaha berupa Bantuan untuk Wanita Rawan Sosial

Modal usaha ini untuk membantu wanita-wanita janda atau ibu rumah tangga yang berada di bawah garis kemiskinan. Namun ada syaratnya untuk mendapatkan modal usaha tersebut harus membentuk kelompok usaha sebanyak 10 orang. Kemudian buat surat yang sudah ditanda tangani oleh kepala desa bahwa memang statusnya tergolong wanita yang rawan sosial dan membutuhkan modal.

c. Modal Usaha untuk Wirausaha Muda

Modal ini ditujukan untuk wirausaha yang ingin membangun usaha mikro. Total dana yang diberikan biasanya Rp25.000.000 per unit usahanya.

2. Modal Usaha dari Angel Investor

Angel investor bisa didapatkan dari keluarga dan teman. Modalnya bisa berupa suntikan dana sekali dalam bentuk dana awal (*seed money*). Bisa juga modalnya hanya berupa dukungan kontinu untuk mengoperasikan perusahaan dalam kondisi yang sulit.

3. Modal Usaha dari Perbankan

Modal dari Perbankan yaitu berupa pinjaman yang diberikan pihak bank kepada para pelaku usaha dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Adapun jenis-jenis pinjaman yang diberikan adalah sebagai berikut :

a. Kredit Usaha Rakyat

Merupakan bantuan dana yang diberikan untuk membiayai usaha produktif segment mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang layak/feasible namun belum bankable. Bantuan dana ini ini diberikan kepada suaha berskala kecil yang sudah berjalan selama 1-2 tahun.

b. Kredit Tanpa Agunan (KTA)

KTA merupakan bantuan dana dalam bentuk pinjaman untuk memberikan fasilitas pinjaman tanpa jaminan yang artinya tidak membebankan calon nasabah untuk mempersiapkan suatu aset untuk dijadikan jaminan atas pinjaman tersebut.

Dengan begitu meski tak ada aset yang dijaminan pelaku usaha tetap bisa mendapatkan pinjaman tersebut.

Meski tanpa jaminan, namun bank hanya mengambil keputusan pemberian kredit berdasarkan pada riwayat kredit dari pemohon kredit secara pribadi. Biasanya KTA hanya bisa dicairkan untuk Usaha yang skalanya telah menengah yang sudah visible dan bankable dengan masa usaha berjalan selama 3-5 tahun.

4. Pinjaman dari Lembaga Keuangan Non Bank

Selain bank mendapatkan modal biasanya meminjam modal dari lembaga keuangan non bank. Lembaga ini memang dibentuk oleh pemerintah dengan tujuan agar pengembangan pasar uang dan pasar modal. Selain itu juga untuk membantu para permodalan perusahaan terutama untuk para pengusaha yang masih membutuhkan modal.

Lembaga keuangan bukan bank ini beraneka macam seperti pegadaian, perusahaan sewa gedung, koperasi simpan pinjam, asuransi, pasar modal atau bursa efek dan lembaga penyelenggara dana pensiun.

5. Modal Investasi Untuk Startup

Modal Investasi yang didapatkan dari perusahaan yang sudah besar. Bentuknya beragam seperti seed capital (investasi tahap awal, *Later seed stage*, *early stage capital*, *expansion capital* dan *late stage capital*).

Seed capital yaitu investasi yang diberikan ditahap awal dan masih diterima oleh usaha yang masih dalam tahap rintisan. Investasi ini akan membantu pengusaha untuk mengembangkan produk, riset pasar dan biaya operasional.

Later seed stage atau *Startup Capital*, merupakan tahapan di mana bisnis telah memiliki produk serta telah memiliki penghasilan. Investasi yang diberikan biasanya tidak terlalu banyak dan hanya digunakan untuk merekrut lebih banyak anggota, riset pasar tambahan dan untuk memaksimalkan produk.

Early Stage Capital merupakan investasi yang diberikan kepada startup yang telah berjalan selama dua atau tiga tahun. Selain itu startup ini juga telah memiliki kantor, memiliki manajemen, tim yang bagus dan penjualannya terus meningkat. Investasi ini biasanya diberikan agar penjualan bisa sampai titik maksimal.

Expansion Capital , investasi ini biasa diberikan kepada perusahaan yang sudah stabil namun tetap memerlukan bantuan dana untuk mengembangkan usahanya ke tahap selanjutnya. Selain itu investasi ini biasanya diberikan untuk mempromosikan produk.

Late Satge Capital akan diberikan kepada bisnis yang sudah mencapai tahap penjual maksimal begitu juga pendapatannya hanya saja masih memerlukan dana tambahan untuk meningkatkan pemasaran atau gaji karyawan

2.1.4.4 Aspek UMKM

Ada empat aspek yang perlu diperhatikan dalam mengelola UMKM, yaitu :

1. Aspek Pengelolaan Keuangan

Masalah permodalan menjadi masalah yang patut diperhatikan bagi UMKM. Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan salah satu solusi atas masalah permodalan

yang dihadapi UMKM. UMKM yang baik harus dapat menerapkan pengelolaan keuangan dengan baik dan disiplin. Dapat memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha UMKM yang tidak memiliki pengelolaan keuangan yang baik akan mengakibatkan beberapa masalah pembayaran kredit yang disebut kredit macet pada bank pemberi KUR / Lembaga-lembaga lainnya.

2. Aspek Pengelolaan SDM

Pengelolaan SDM untuk UMKM biasanya tidak membutuhkan terlalu banyak tenaga kerja dan dengan sistem perekrutan yang cukup sederhana. Namun tetap dibutuhkan keterampilan yang memadai guna mendukung sistem operasional dan untuk itu diperlukan beberapa pelatihan kecil. Jumlah Tenaga Kerja UMKM adalah :

- a. Usaha Mikro : 1-4 orang
- b. Usaha Kecil : 5-19 orang
- c. Usaha Menengah : 20-99 orang

3. Aspek Pengelolaan Operasional

- a. Mikro : Pengelolaan manajemennya hanya ditangani sendiri dengan teknik sederhana. Usaha mikro tergolong ke dalam usaha produksi rumah tangga. Karena pengelolaan operasionalnya di lakukan di dalam rumah.
- b. Kecil : Pengelolaan manajemennya juga ditangani secara sederhana namun sedikit lebih kompleks dibanding Mikro. Pengelolaan operasional usaha kecil pada dasarnya hampir sama dengan usaha mikro, namun bedanya terletak pada skalanya yang lebih besar.
- c. Menengah : Biasanya sudah mengenal sistem organisasi yang mempermudah pembagian tugas operasional meskipun masih tergolong sederhana.

4. Aspek Pengelolaan Pemasaran

- a. Mikro: Dapat melalui penitipan produk di warung-warung yang memperbolehkan penitipan. Biasanya pemasaran seperti ini memakai sistem bagi hasil.
- b. Kecil : Sudah melakukan promosi terutama promosi dari mulut ke mulut dan selebaran-selebaran foto copy brosur.
- c. Menengah : Pemasaran sudah lebih kompleks dan terarah. Hampir sama dengan usaha kecil, namun lebih banyak media yang digunakan seperti teknologi, koran, dan papan reklame.

2.1.4.5 Perizinan UKM

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tentang Perizinan Untuk Usaha Mikro dan Kecil. Izin usaha mikro dan kecil yang selanjutnya disingkat dengan IUMK adalah tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha/kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil dalam bentuk satu lembar.

1. Tujuan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK)

Untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (PUMK) dalam mengembangkan usahanya.

2. Prinsip Pemberian Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK)

- a. Prosedur sederhana, mudah dan cepat;
- b. Keterbukaan informasi bagi pelaku usaha mikro dan kecil; serta
- c. Kepastian hukum dan kenyamanan dalam usaha.

3. Manfaat Bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil(PUMK)
 - a. Mendapatkan kepastian dan perlindungan dalam berusaha dilokasi yang telah ditetapkan
 - b. Mendapatkan pendampingan untuk pengembangan usaha
 - c. Mendapatkan kemudahan dalam akses pembiayaan ke lembaga keuangan bank dan non-bank
 - d. Mendapatkan kemudahan dalam pemberdayaan dari pemerintah pusat, pemerintah daerah dan/atau lembaga lainnya.

4. Persyaratan Permohonan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK)
 - a. Surat pengantar dari RT atau RW terkait lokasi usaha
 - b. Kartu tanda penduduk
 - c. Kartu Keluarga
 - d. Pas photo terbaru berwarna ukuran 4 x 6 cm sebanyak dua lembar
 - e. Mengisi formulir yang memuat tentang :
 - a) Nama;
 - b) Nomor KTP;
 - c) Nomor telepon;
 - d) Alamat;
 - e) Kegiatan usaha;
 - f) Sarana usaha yang digunakan;
 - g) Jumlah modal usaha.

5. Pelaksanaan Penerbitan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK)

- a. Penerbitan naskah IUMK oleh Camat yang telah mendapatkan pendelegasian kewenangan dari Bupati/Walikota.
- b. Diterbitkan paling lambat 1 hari kerja sejak pendaftaran diterima, lengkap dan benar.
- c. Dapat dicabut apabila Pelaku Usaha Mikro Kecil (PUMK) melanggar ketentuan perundang-undangan.
- d. Tidak dikenakan biaya, retribusi, dan/atau pungutan lainnya.

2.1.4.6 Pembinaan UMKM

Pembinaan menurut Masdar Helmi adalah segala hal usaha, ikhtiar dan kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan dan pengorganisasian serta pengendalian segala sesuatu secara teratur dan terarah. Pembinaan juga dapat diartikan bantuan dari seseorang atau sekelompok orang yang ditujukan kepada orang atau sekelompok orang lain melalui materi pembinaan dengan tujuan dapat mengembangkan kemampuan, sehingga tercapai apa yang diharapkan.

1. Sasaran dan pembinaan UMKM
 - a. Meningkatnya jumlah pengusaha menengah dan terwujudnya usaha yang semakin tangguh dan mandiri sehingga pelaku ekonomi tersebut dapat berperan dalam perekonomian nasional.
 - b. Meningkatnya daya saing pengusaha nasional di pasar dunia.
 - c. Seimbangya persebaran investasi antar sektor dan antara golongan.

2. Tujuan pembinaan UMKM

Tujuan pembinaan UMKM adalah untuk mengembangkan UMKM menjadi lebih besar. Ada dua aspek pembinaan UMKM yang harus diperhatikan adalah :

a. Sumber Daya Manusia (SDM).

Yaitu Apakah dapat meningkatkan kualitas SDM atas usaha sendiri atau dorongan dari pihak luar.

b. Pengelolaan dalam arti praktik bisnis yang terdiri atas beberapa hal antara lain :

Berencana, Dilaksanakan dan Pengawasan

3. Dalam mengevaluasi pembinaan UMKM

a. Dimulai dengan proses peningkatan kemampuan mengelola (manajemen) dibidang pemasaran, keuangan dan personalia.

b. Meningkatkan kemampuan kegiatan operasional.

c. Kemampuan dalam mengendalikan bisnis.

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk memperkaya perspektif penelitian ini, maka selain dari kajian teori yang telah dijelaskan, dilakukan juga review terdahulu beberapa penelitian sebelumnya.

1. L.B Erlangga Karna dan Y. Sri Susilo (2013)

Modus Vol.25 berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan produsen roti skala kecil dan menengah di Kota Balikpapan tahun 2011. Penelitian ini mengambil 50 produsen industri roti di Kota Balikpapan dari populasi sebanyak 130 produsen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data primer dan

sekunder. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari nilai produksi, jam kerja, lama usaha, pendidikan, jumlah karyawan terhadap pendapatan. Setelah diuji dengan regresi linier berganda didapat hasil bahwa variabel nilai produksi, jam kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan produsen roti di Kota Balikpapan, sedangkan lama usaha, pendidikan dan jumlah karyawan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap produsen roti di Kota Balikpapan.

2. Shintami Rouwelia Malik, Made Antara, dan Sulaeman (2017)

J. Agroland ini berjudul tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan industri bawang goreng di Kota Palu. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi industri bawang goreng dilihat dari aspek harga bawang goreng, biaya produksi bawang goreng, biaya promosi, jumlah bahan baku yang digunakan dan jumlah tenaga kerja yang digunakan terhadap pendapatan industri bawang goreng di Kota Palu. Tujuan yang kedua adalah mengetahui besarnya pendapatan industri bawang goreng di Kota Palu.

Populasi dalam penelitian ini adalah industri bawang goreng di Kota Palu, berjumlah 52 industri bawang goreng. Metode yang digunakan dalam menarik responden adalah metode *purposive* (sengaja). Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah industri bawang goreng yang memiliki kapasitas produksi sebesar 3000-18.000 kg per tahun yaitu sebanyak 32 industri bawang goreng Kota Palu. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dimana metode ini digunakan untuk mengetahui pendapatan industri bawang goreng.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel harga bawang goreng, biaya produksi bawang goreng, biaya promosi, jumlah tenaga kerja, secara simultan berpengaruh positif terhadap pendapatan industri bawang goreng di Kota Palu. Sedangkan secara parsial variabel harga, biaya produksi, biaya promosi, dan jumlah bahan baku positif terhadap pendapatan sedangkan jumlah tenaga kerja berpengaruh tidak positif.

Rata-rata penerimaan industri bawang goreng di Kota Palu sebesar Rp. 130.586.425,78 per industri per bulan dan rata-rata pendapatan yang diperoleh sebesar Rp. 76.128.503,19 per industri per bulan.

3. Gstry R Butarbutar, Any Widayatsari, dan Nobel Aqualdo (2017)

JOM Fekon Vol.4 No.1 yang berjudul Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan Usaha Industri Makanan Khas di Kota Tebing Tinggi. Makanan khas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Lemang yaitu penganan dari beras ketan yang dimasak dalam seruas bambu setelah sebelumnya digulung dengan selembar daun pisang.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha industri makanan khas lemang yang ada di Kota Tebing Tinggi yang berjumlah 18 unit usaha. Jenis dan sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yakni modal, tenaga kerja dan lama usaha terhadap variabel terikat

yakni pendapatan usaha industri makanan khas lemong. Berdasarkan pembahasan yang diperoleh dengan model analisis yang digunakan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Adanya hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan modal, tenaga kerja dan lama usaha secara bersama-sama dalam mempengaruhi pendapatan usaha industri makanan khas lemong di Kota Tebing Tinggi. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi peningkatan pendapatan usaha industri makanan khas lemong di Kota Tebing Tinggi dapat dijelaskan oleh variabel modal, tenaga kerja dan lama usaha.

Penggunaan faktor pendapatan yang dominan dalam mempengaruhi nilai pendapatan pada industri makanan khas lemong adalah faktor tenaga kerja. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis data bahwa nilai koefisien untuk tenaga kerja mempunyai nilai tertinggi serta mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Artinya jika terjadi penambahan tenaga kerja berarti ada penambahan produksi sehingga dapat meningkatkan pendapatan usaha industri makanan khas lemong di Kota Tebing Tinggi.

2.3 Kerangka Pemikiran

Keripik singkong merupakan salah satu cemilan yang banyak dibeli oleh konsumen, rasanya yang enak dengan harga yang murah membuat keripik singkong menjadi cemilan semua kalangan. Seiring dengan *trend* oleh-oleh khas suatu kota para pengusaha keripik singkong mengembangkan produk keripik singkong dengan berbagai varian rasa. Hal tersebut berpengaruh juga terhadap *total revenue* atau total

penerimaan mereka. *Total revenue* pengusaha keripik singkong sangat ditentukan oleh penjualannya yaitu jumlah keripik dikalikan dengan harga jual keripik tersebut. Jika penjualannya meningkat maka total penerimaannya pun akan naik tapi jika penjualannya menurun maka total penerimaan juga akan menurun.

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu usaha karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh. Di dalam hukum permintaan dinyatakan bahwa jika harga naik maka jumlah barang yang diminta akan turun sehingga permintaan akan turun sebaliknya jika harga turun maka jumlah barang yang diminta akan naik sehingga permintaan akan naik.

Pengaruh harga terhadap penerimaan total bersifat *flexible* yang berarti tidak dapat ditentukan secara pasti. Hal ini sesuai dengan teori elastisitas harga permintaan yaitu derajat kepekaan/respon jumlah permintaan akibat perubahan harga barang tersebut atau dengan kata lain merupakan perbandingan daripada persentasi perubahan jumlah barang yang diminta dengan persentasi perubahan pada harga di pasar. Apabila perubahan harga mengakibatkan perubahan yang lebih besar dari jumlah barang yang diminta maka disebut dengan elastisitas yang elastis. Sedangkan apabila perubahan harga mengakibatkan kenaikan jumlah barang yang diminta lebih kecil maka disebut dengan elastisitas yang inelastis.

Perubahan harga dapat mengakibatkan perubahan penawaran atau permintaan pada barang tersebut. Dalam usaha keripik singkong ini perubahan harga akan mempengaruhi penawaran keripik singkong sehingga produsen cenderung mengurangi produksinya. Sesuai dengan hukum penawaran yaitu ketika harga naik

maka jumlah barang yang ditawarkan akan meningkat dan sebaliknya jika harga turun maka jumlah barang yang ditawarkan turun.

Modal usaha digunakan untuk menunjang kelancaran operasional perusahaan (Ahiawodxzi, 2012). Dalam penelitian ini yang dimaksud modal usaha adalah modal tetap yang digunakan dalam usaha keripik singkong yaitu berupa mesin pemotong singkong. Modal tetap merupakan salah satu faktor yang akan mempengaruhi penerimaan total, semakin banyak mesin yang digunakan oleh pedagang keripik singkong maka semakin tinggi tingkat produksinya sehingga semakin tinggi pula pendapatan yang akan dihasilkan (*ceteris paribus* dengan asumsi semua barang dapat terjual) begitupun sebaliknya.

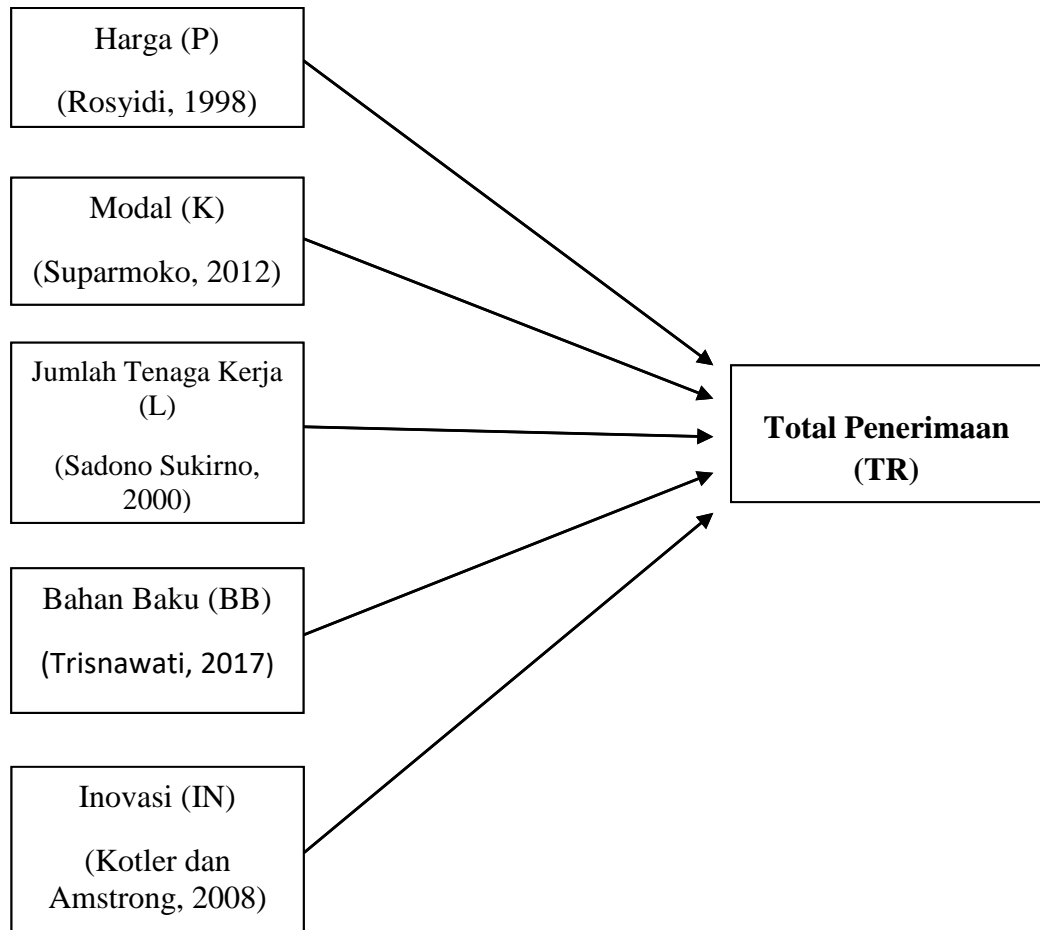
Tenaga kerja merupakan penduduk yang berada dalam usia kerja. Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Jika jumlah tenaga kerja naik maka akan meningkatkan jumlah output yang di produksi, jika jumlah output naik maka akan menaikkan juga penjualan sehingga total penerimaan juga akan meningkat. Sebaliknya jika jumlah tenaga kerja berkurang maka jumlah output yang dihasilkan juga akan berkurang sehingga penjualan menurun dan total penerimaan juga akan menurun.

Menurut Sumaryo (2011) fungsi produksi menggambarkan hubungan input dan output, sehingga apabila input bertambah maka output juga meningkat. Bertambahnya jumlah bahan baku yang digunakan maka akan meningkatkan hasil produksi. Bahan baku dalam penelitian ini merupakan jumlah bahan baku yang digunakan berupa singkong menunjang produksi keripik singkong. Jika harga bahan

baku meningkat maka perusahaan biasanya akan mengurangi jumlah produksi yang dihasilkan untuk menekan biaya produksi, atau perusahaan juga dapat memutuskan untuk meningkatkan harga jual output. Akan tetapi jika harga jual meningkat, maka permintaan akan output akan menurun dan produksi pun ikut menurun sehingga akan mengurangi penerimaan total pedagang keripik singkong.

Inovasi adalah perubahan dengan menciptakan sesuatu yang lebih baik. Inovasi diperlukan dalam dunia usaha yaitu untuk menciptakan produk baru yang lebih menarik sehingga konsumen bisa lebih tertarik. Inovasi berpengaruh positif terhadap penerimaan total pedagang singkong di Kelurahan Setiamanah. Ketika pedagang berinovasi dengan melakukan perubahan dari segi rasa, kemasan, pemasaran maka hal itu akan meningkatkan penjualan pedagang tersebut sehingga penerimaan total pedagang tersebut akan meningkat begitupun sebaliknya jika pedagang tidak melakukan inovasi maka penjualan akan menurun sehingga penerimaan total pedagang tersebut juga menurun.

Dari uraian tersebut dapat digambarkan seperti berikut :



Gambar 2.15
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Menurut Suharsimi (2010: 110) hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan suatu penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Apabila peneliti telah mendalami permasalahan penelitiannya dengan seksama serta menetapkan anggapan dasar, maka membuat suatu teori sementara yang sebenarnya masih perlu diuji (di bawah kebenaran). Berdasarkan kajian teoritis diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Diduga Harga (X1) berpengaruh positif terhadap total penerimaan pengusaha keripik singkong di Kelurahan Setiamanah.
2. Diduga Modal (X2) berpengaruh positif terhadap total penerimaan pengusaha keripik singkong di Kelurahan Setiamanah.
3. Diduga Tenaga Kerja (X3) berpengaruh positif terhadap total penerimaan pengusaha keripik singkong di Kelurahan Setiamanah.
4. Diduga Bahan Baku (X4) berpengaruh positif terhadap total penerimaan pengusaha keripik singkong di Kelurahan Setiamanah.
5. Diduga Inovasi (D1) berpengaruh positif terhadap total penerimaan pengusaha keripik singkong di Kelurahan Setiamanah.