

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Koperasi

2.1.1.1 Definisi Koperasi

Pada hakekatnya koperasi merupakan suatu lembaga ekonomi yang sangat diperlukan dan penting untuk dipertahankan, koperasi merupakan suatu alat bagi orang-orang yang ingin meningkatkan taraf hidupnya. Dasar kegiatan koperasi adalah kerjasama yang dianggap sebagai suatu cara untuk memecahkan berbagai masalah atau persoalan yang dihadapi oleh masing-masing masyarakat khususnya untuk kalangan ekonomi lemah.

Koperasi lahir pada permulaan abad ke-19, sebagai reaksi terhadap sistem liberalisme ekonomi, yang pada waktu itu segolongan kecil pemilik-pemilik modal menguasai kehidupan masyarakat. Kata koperasi berasal dari bahasa latin *coopere* yang dalam bahasa Inggris disebut *cooperation* dan *cooperative*. Koperasi berasal dari kata *co* dan *operation* yang mengandung arti bekerja sama untuk mencapai tujuan. Kerjasama adalah adanya dua orang atau lebih yang bekerja bersama-sama untuk mencapai satu atau beberapa tujuan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koperasi adalah suatu bentuk kerja sama dalam waktu yang relatif lama. Sistem pemikiran *esensialis-nominal* yang dikemukakan oleh Hanel pada tahun 1989.

Dalam hal ini Hanel mengemukakan bahwa ada dua pendekatan dalam mendefinisikan koperasi baik dalam teori maupun praktek. Kedua pendekatan yang dimaksud yaitu, pendekatan *ilmiah esensialis* (pengertian koperasi menurut hukum) dan kedua, pendekatan *ilmiah nominalis* (pengertian koperasi menurut ekonomi). Pendekatan ilmiah esensial (*legal sense*) adalah suatu pendekatan dalam mendefinisikan koperasi selalu bertitik tolak dari prinsip-prinsip koperasi, terutama prinsip-prinsip koperasi yang diterapkan oleh para pelopor koperasi. Pendekatan esensialis beranggapan bahwa prinsip-prinsip koperasi di satu pihak memuat sejumlah nilai, norma, dan tujuan konkrit yang harus ditemukan pada semua koperasi. Di pihak lain, prinsip-prinsip tersebut merupakan prinsip-prinsip pengembangan organisasi dan pedoman-pedoman kerja yang pragmatis, yang hanya berhasil diterapkan pada keadaan-keadaan tertentu.

Pengertian atau definisi koperasi menurut pendekatan ilmiah esensial (pengertian koperasi menurut hukum) : menurut Undang - Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian dalam pasal 1 ayat (1) menyatakan : "bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan; ayat (2) Perkoperasian adalah segala sesuatu yang menyangkut kehidupan koperasi; ayat (3) Koperasi Primer adalah Koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan orang seorang; ayat (4) Koperasi Sekunder adalah Koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan Koperasi;

ayat (5) Gerakan Koperasi adalah keseluruhan organisasi Koperasi dan kegiatan perkoperasian yang bersifat terpadu menuju tercapainya cita-cita bersama Koperasi".

Dari pengertian-pengertian tersebut koperasi merupakan organisasi ekonomi, tindakan ekonomi dalam koperasi antara lain dalam bentuk usaha untuk meningkatkan usaha koperasi itu sendiri. Dengan demikian sebagai organisasi ekonomi, koperasi melakukan kegiatan ekonomi melalui unit-unit usaha yang diadakannya dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan anggota serta untuk meningkatkan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sehingga kesejahteraan yang merata bagi masyarakat Indonesia yang kita cita-citakan dapat terwujud.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1995 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam, kegiatan usaha simpan pinjam adalah kegiatan yang dilakukan untuk menghimpun dana dan menyalurkan kembali dana tersebut melalui usaha simpan pinjam dari dan untuk anggota koperasi yang bersangkutan, calon anggota koperasi yang bersangkutan, koperasi yang bersangkutan, koperasi lain atau anggotanya.

Sebagai sebuah lembaga keuangan non bank, koperasi adalah suatu usaha yang dimiliki dan diawasi oleh pengguna jasanya serta membagikan keuntungan (manfaat ekonomi) yang diperoleh dari kegiatan bisnis berdasarkan tingkat partisipasi anggotanya (David W. Cobia,1989).

2.1.1.2 Landasan, Asas dan Tujuan Koperasi

Landasan ideal koperasi Indonesia adalah Pancasila, didasarkan atas pertimbangan bahwa Pancasila adalah pandangan falsafah, pandangan hidup, dan ideologi bangsa Indonesia. Pancasila akan menjadi pedoman yang mengarahkan semua tindakan koperasi dan organisasi-organisasi lainnya dalam mengemban fungsinya masing-masing di tengah-tengah masyarakat. Landasan struktural koperasi Indonesia adalah Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945, dengan pertimbangan bahwa pasal tersebut pada dasarnya mengatur perikehidupan ekonomi bangsa Indonesia yang di dalam gerak pelaksanaannya dilandasi oleh prinsip-prinsip demokrasi ekonomi. Artinya, usaha pemenuhan kebutuhan ekonomi warga Negara Indonesia harus dilakukan melalui usaha bersama di antara anggota masyarakat.

Dalam Pasal 33 ayat (1) UUD 1945 ditegaskan bahwa perekonomian yang hendak disusun di Indonesia adalah suatu usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Artinya, susunan perekonomian usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan itu adalah koperasi. Hal ini terdapat dalam penjelasan Pasal 33 UUD 1945 dan berulang kali telah ditegaskan oleh Muhammad Hatta bahwa yang dimaksud dengan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan itu ialah koperasi. Asas koperasi Indonesia adalah kekeluargaan (Pasal 2 UU Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian). Semangat kekeluargaan ini merupakan pembeda utama antara koperasi dengan bentuk-bentuk badan usaha lainnya. Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional.

Tujuan tersebut dilakukan dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Dengan demikian dalam garis besarnya tujuan koperasi Indonesia meliputi 3 hal :

1. Untuk memajukan kesejahteraan anggota.
2. Untuk memajukan kesejahteraan masyarakat.
3. Ikut serta membangun tatanan perekonomian nasional.

2.1.1.3 Bentuk dan Jenis Koperasi di Indonesia

Berdasarkan Pasal 15 UU Nomor 25 Tahun 1992 hanya terdapat 2 macam koperasi dimana koperasi berbentuk koperasi primer dan koperasi sekunder. Jenis koperasi didasarkan pada kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi anggotanya, yaitu :

1. Koperasi Primer (*Primary Cooperative*)

Koperasi primer adalah koperasi yang anggotanya orang perorangan, pada intinya anggota-anggota sebagai badan hukum koperasi, yang berkedudukan sebagai pemilik dan sekaligus sebagai pelanggan. Koperasi primer biasanya beroperasi di tingkat lokal. Di atas koperasi primer, kesemuanya itu disebut koperasi sekunder (*secondary cooperative*), yaitu koperasi yang anggota-anggotanya merupakan badan hukum koperasi.

2. Koperasi Sekunder (*Secondary Cooperative*)

Pengertian koperasi sekunder meliputi semua jenis koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan koperasi primer dan atau koperasi sekunder.

Perkoperasian tersebut dikenal lima jenis, yaitu :

a. Koperasi Produsen

Koperasi produsen adalah koperasi yang beranggotakan para produsen. Anggota koperasi ini adalah pemilik (*owner*) dan pengguna pelayanan (*user*), dimana dalam kedudukannya sebagai produsen, anggota koperasi produsen mengolah bahan baku/input menjadi barang jadi/output yang dapat diperjualbelikan, sehingga diperoleh sejumlah keuntungan dengan transaksi dan memanfaatkan kesempatan pasar yang ada.

Koperasi produsen berperan dalam pengadaan bahan baku, input atau sarana produksi yang menunjang ekonomi anggota sehingga anggota merasakan manfaat keberadaan koperasi karena mampu meningkatkan produktivitas usaha anggota dan pendapatannya.

Koperasi ini menjalankan beberapa fungsi, di antaranya :

- 1) Pembelian ataupun pengadaan input yang diperlukan anggota,
- 2) Pemasaran hasil produksi (output) yang dihasilkan dari usaha anggota,
- 3) Proses produksi bersama atau pemanfaatan sarana produksi secara bersama,
- 4) Menanggung resiko bersama atau menyediakan kantor pemasaran bersama.

b. Koperasi konsumen

Koperasi Konsumen adalah koperasi yang melaksanakan kegiatan bagi anggota dalam rangka penyediaan barang atau jasa yang dibutuhkan anggota. Konsumen berperan dalam mempertinggi daya beli sehingga pendapatan riil anggota meningkat.

Pada koperasi ini, anggota memiliki identitas sebagai pemilik (owner) dan sebagai pelanggan (customer). Dalam kedudukan anggota sebagai konsumen, kegiatan mengkonsumsi (termasuk konsumsi oleh produsen) adalah penggunaan mengkonsumsi barang/jasa yang disediakan oleh pasar.

Adapun fungsi pokok koperasi konsumen adalah menyelenggarakan :

- 1) Pembelian atau pengadaan barang/jasa kebutuhan anggota yang dilakukan secara efisien, seperti membeli dalam jumlah yang lebih besar.
- 2) Inovasi pengadaan, seperti sumber dana kredit dengan bunga yang lebih rendah, diantaranya pemanfaatan dana gulir, pembelian dengan diskon, pembelian dengan kredit.

c. Koperasi Simpan Pinjam

Koperasi ini sering kali juga disejajarkan dengan nama koperasi kredit, koperasi ini menyelenggarakan layanan tabungan dan sekaligus memberikan kredit bagi anggotanya. Layanan-layanan ini menempatkan koperasi sebagai pelayan anggota memenuhi kebutuhan pelayanan keuangan bagi anggota menjadi lebih baik dan lebih maju.

Dalam koperasi ini anggotanya memiliki kedudukan identitas ganda sebagai pemilik (*owner*) dan nasabah (*customers*). Dalam kedudukan sebagai nasabah anggota melaksanakan kegiatan menabung dan meminjam dalam bentuk kredit kepada koperasi. Pelayanan koperasi kepada anggota yang menabung dalam bentuk simpanan wajib, simpanan sukarela, dan deposito, merupakan sumber modal bagi koperasi.

Penghimpunan dana dari anggota menjadi modal yang selanjutnya oleh koperasi disalurkan dalam bentuk pinjaman atau kredit kepada anggota dan calon anggota dengan cara pinjam (KSP) dan atau Unit Usaha Simpan Pinjam (USP) Koperasi. Dengan cara itulah koperasi melaksanakan fungsi intermediasi dana milik anggota untuk disalurkan dalam bentuk kredit kepada anggota yang membutuhkan.

Penyelenggaraan kegiatan simpan pinjam oleh koperasi dilaksanakan dalam bentuk/wadah koperasi simpan pinjam.

d. Koperasi Pemasaran

Koperasi pemasaran seringkali disebut koperasi penjualan. Identitas anggota sebagai pemilik (*owner*) dan penjual (*seller*) atau pemasar. Koperasi pemasaran mempunyai fungsi menampung produk barang maupun jasa yang dihasilkan anggota untuk selanjutnya memasarkannya kepada konsumen. Anggota berkedudukan sebagai pemasok barang atau jasa kepada koperasinya. Dengan demikian bagi anggotanya, koperasi merupakan bagian terdepan dalam pemasaran barang ataupun jasa anggota produsen.

Sukses fungsi pemasaran ini mendukung tingkat kepastian usaha bagi anggota untuk tetap dapat memproduksi.

e. Koperasi Jasa

Adalah koperasi dimana identitas anggota sebagai pemilik dan nasabah konsumen jasa dan atau produsen jasa. Dalam status anggota sebagai konsumen jasa, maka koperasi yang didirikan adalah koperasi pengadaan jasa. Sedangkan dalam status anggota sebagai produsen jasa, maka koperasi yang didirikan adalah koperasi produsen jasa atau koperasi pemasaran jasa. Sebagai koperasi pemasaran, bilamana koperasi melaksanakan fungsi memasarkan jasa hasil produksi anggota.

2.1.2 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Usaha Mikro Berdasarkan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha mikro merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang mendapatkan kesempatan utama, dukungan, perlindungan serta pengembangan yang secara luas sebagai wujud pihak yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa harus mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik pemerintah.

Menurut Departemen Tenaga Kerja (Depnaker) usaha mikro adalah usaha yang memiliki kurang dari 5 orang tenaga kerja. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam pasal 3 disebutkan bahwa usaha mikro bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan ekonomi yang berkeadilan. Pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang ditempuh pemerintah untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan.

Menurut Rudjito (2003) usaha mikro adalah usaha yang dimiliki dan dijalankan oleh penduduk miskin atau mendekati miskin. Usaha mikro sering disebut dengan usaha rumah tangga. Besarnya kredit yang dapat diterima oleh usaha adalah Rp 50 juta. Usaha mikro adalah usaha produktif secara individu atau tergabung dalam koperasi dengan hasil penjualan Rp 100 juta.

Kriteria Usaha Mikro menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300 juta.
3. Jenis barang usahanya tidak tetap, dapat berganti pada periode tertentu;
4. Tempat usahanya tidak selalu menetap, dapat berubah sewaktu-waktu;
5. Belum melaksanakan administrasi keuangan yang sederhana dan tidak memisahkan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha; sumber daya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa enterpreuner yang memadai;
6. Tingkat pendidikan rata-rata relatif rendah;
7. Pada belum akses ke perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank; dan
8. Umumnya tidak mempunyai izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

2.1.3 Peranan Usaha Mikro di Indonesia

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) pada masa sekarang telah diakui oleh berbagai pihak sehingga memiliki peran yang cukup besar dalam perekonomian nasional. Menurut Bank Indonesia ada beberapa peran strategis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) antara lain:

1. Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang besar dan terdapat dalam tiap-tiap sektor ekonomi;
2. Menyerap banyak tenaga kerja dan setiap investasi menciptakan lebih banyak kesempatan kerja;
3. Memiliki kemampuan untuk memanfaatkan bahan baku lokal dan menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat luas dengan harga terjangkau;

Sedangkan peran Usaha Mikro dalam perekonomian Indonesia menurut (Urata dalam Sulistyastuti, 2004) adalah :

1. Usaha mikro merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia.
2. Penyediaan kesempatan kerja.
3. Pemain penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan masyarakat.
4. Penciptaan pasar dan inovasi melalui fleksibilitas dan sensitivitas atas keterkaitan dinamis antar kegiatan perusahaan.
5. Memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor non migas.

Pentingnya peranan usaha mikro di negara Indonesia terkait dengan posisi strategis berbagai aspek yaitu terdiri atas :

a. Aspek permodalan

Usaha mikro tidak memerlukan modal yang besar sehingga dalam pembentukan usaha tidak akan sesulit perusahaan atau perseroan besar.

b. Tenaga kerja

Tenaga kerja yang diperlukan untuk usaha ini tidak menuntut pendidikan formal atau tinggi tertentu (Tambunan, 2001 dalam Sulistyastuty, 2004).

c. Lokasi

Sebagian besar usaha mikro berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar (Sulistyastuti, 2004).

d. Ketahanan

Peranan usaha mikro ini terbukti bahwa usaha mikro memiliki ketahanan kuat (*strong survival*) ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi (Sandee, 2000).

Perkembangan Usaha Mikro di Indonesia tidak terlepas dari berbagai masalah.

Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut tidak dapat berbeda tidak hanya menurut jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar wilayah atau lokasi, antar sentra, antar sektor, antar sektor atau subsektor atau jenis kegiatan dan antar unit usaha dalam kegiatan atau sektor yang sama (Tambunan, 2000).

Meskipun demikian masalah dasar yang dihadapi oleh usaha mikro menurut Tambunan (2002) adalah :

1. Kesulitan pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan Usaha Mikro dan Kecil. Hasil studi lintas negara yang dilakukan James dan Akrasanee (dikutip Tambunan, 2002) di sejumlah negara ASEAN menunjukkan bahwa termasuk *growth constraints* yang dihadapi oleh banyak pengusaha kecil menengah (kecuali Singapura).

Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran adalah tekanan-tekanan persaingan, baik pasar domestik dari produk serupa buatan usaha besar dan impor, maupun pasar ekspor. Selain itu, terbatasnya informasi banyak usaha kecil menengah, khususnya yang kekurangan modal dan SDM (Sumber Daya Manusia) serta berlokasi di daerah-daerah pedalaman yang relatif terisolir dari pusat informasi, komunikasi, dan transportasi, juga mengalami kesulitan untuk memenuhi standar-standar internasional yang terkait dengan produksi dan perdagangan.

2. Keterbatasan finansial

Usaha mikro, khususnya di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial : mobilisasi modal awal (*star-up capital*) dan akses ke modal kerja, seperti finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan *output* jangka panjang.

Kendala ini disebabkan karena lokasi bank yang terlalu jauh bagi banyak pengusaha yang tinggal di daerah yang relatif terisolasi, persyaratan terlalu berat, urusan administrasi terlalu bertele-tele, dan kurang informasi mengenai skim-skim perkreditan yang ada dan prosedur.

3. Keterbatasan sumber daya alam (SDM)

Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak usaha mikro di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek *enterpreunership*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*.

Selain itu juga *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, *data processing*, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Keterbatasan ini menghambat usaha mikro di Indonesia untuk dapat bersaing di pasar domestik maupun pasar internasional.

4. Masalah bahan baku

Keterbatasan bahan baku (dan *input-input* lainnya) juga sering menjadi salah satu kendala serius bagi pertumbuhan *output* atau kelangsungan produksi bagi banyak Usaha Mikro di Indonesia. Keterbatasan ini dikarenakan harga baku yang terlampau tinggi sehingga tidak terjangkau atau jumlahnya terbatas.

5. Keterbatasan teknologi

Usaha Mikro di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi lama atau tradisional dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya *total factor productivity* dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat.

Keterbatasan teknologi, khususnya usaha-usaha rumah tangga (mikro) disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya keterbatasan modal investasi untuk membeli mesin-mesin baru atau menyempurnakan proses produksi. Selain itu keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi atau mesin-mesin dan alat-alat produksi baru dan keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dapat mengoperasikan mesin-mesin baru atau melakukan inovasi-inovasi dalam produk maupun proses produksi.

Muhammad Yunus (dalam Gilang, 2007) menjelaskan bahwa upaya untuk mengatasi kemiskinan dengan memberikan kesempatan untuk mengoptimalkan kemampuan yang sudah mereka miliki melalui pinjaman mikro tanpa agunan. Kemiskinan bukan disebabkan karena mereka malas atau tidak mau bekerja tetapi karena mereka tidak memperoleh kesempatan untuk mengembangkan usaha disebabkan keterbatasan modal.

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 03/Per/M.UKM/III/2009 menjelaskan bahwa masalah permodalan, baik keterbatasan kepemilikan modal maupun kesulitan dalam mengakses pembiayaan merupakan kendala bagi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.

2.1.4 Kredit Mikro

Kredit merupakan penyaluran dana yang dilakukan oleh pihak perbankan kepada masyarakat agar dana dapat tersalurkan bagi mereka yang membutuhkan.

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, yang dimaksud dengan kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan kesepakatan pinjam-meminjam antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga, imbalan, atau hasil pembagian keuntungan.

Secara etimologis istilah kredit berasal dari bahasa Yunani (*credere*) yang berarti kepercayaan (*truth atau faith*), maksudnya adalah apabila seseorang memperoleh kredit maka mereka memperoleh kepercayaan. Sedangkan bagi si pemberi kredit artinya memberikan kepercayaan kepada seseorang bahwa uang atau barang yang dipinjamkan pasti kembali. Kredit juga dapat diartikan sebagai hak untuk menerima pembayaran atau kewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu yang diminta atau pada waktu yang akan datang karena penyerahan barang-barang yang sekarang (Kent dalam Ramadhini 2008).

Berdasarkan beberapa pengertian maka dapat disimpulkan bahwa unsur yang terkandung dalam kredit (Suyatno, 2007) adalah :

1. Kepercayaan, yaitu keyakinan dari pemberi kredit bahwa prestasi yang diberikan baik dalam bentuk uang, barang maupun jasa benar-benar diterima kembali dalam jangka waktu tertentu pada masa yang akan datang.
2. Waktu, yaitu suatu masa yang memisahkan antara pemberian prestasi dengan kontraprestasi yang akan diterima pada masa yang akan datang.
3. *Degree of Risk*, yaitu tingkat resiko yang akan dihadapi sebagai akibat dari adanya jangka waktu yang memisahkan antara pemberian prestasi dengan kontraprestasi yang akan diterima di kemudian hari.

Unsur resiko ini menyebabkan adanya jaminan dalam pemberian kredit.

4. Prestasi, yaitu objek kredit baik berupa uang, barang ataupun jasa.

Menurut Kasmir (2004), prinsip-prinsip kredit yang dikenal dengan *5C's* adalah :

- (1) *Character* : yaitu sifat atau watak calon debitur. Hal ini bertujuan memberikan keyakinan kepada pihak perbankan bahwa sifat dari orang-orang yang akan diberikan kredit dapat dipercaya.
- (2) *Capacity* : yaitu kemampuan calon debitur dalam membayar kredit yang dihubungkan dengan kemampuan calon debitur tersebut dalam mengelola bisnis serta kemampuannya mengelola keuntungan.
- (3) *Capital*: yaitu sumber-sumber pembiayaan yang dimiliki calon debitur dalam usaha yang dilakukannya.
- (4) *Collateral* : yaitu jaminan yang diberikan calon debitur yang bersifat fisik maupun non fisik. Jaminan yang diberikan dianjurkan melebihi jumlah kredit yang diberikan.
- (5) *Condition* : yaitu penilaian kredit yang mempertimbangkan kondisi sekarang dan masa yang akan datang.

Pengertian dari kredit mikro sangat terkait dengan pengertian usaha mikro. Secara universal pengertian kredit mikro adalah definisi yang dicetuskan dalam pertemuan *The World Summit in Microcredit* di Washington pada tanggal 2-4 Februari 1997 yaitu program atau kegiatan memberikan pinjaman yang jumlahnya kecil kepada masyarakat golongan kelas menengah ke bawah untuk kegiatan usaha meningkatkan pendapatan, pemberian pinjaman untuk

mengurus dirinya sendiri dan keluarganya (*The World Summit in Microcredit*, 2007 dalam Ramadhini, 2008).

Grameen Banking (2003) dalam Ramadhini (2008) mendefinisikan kredit mikro sebagai pengembangan pinjaman dalam jumlah kecil kepada pengusaha yang terlalu rendah kualifikasinya untuk dapat mengakses pada pinjaman dari bank tradisional. Calmeadow (1999) mengartikan kredit mikro sebagai arisan pinjaman modal untuk mendukung pengusaha kecil dalam beraktivitas, umumnya dengan alternatif jaminan kolateral dan sistem monitoring pengembalian. Pinjaman diberikan untuk melayani modal kerja sehari-hari, sebagai modal awal untuk memulai usaha, atau sebagai modal investasi untuk membeli asset tidak bergerak.

Kredit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah suatu kredit kepada debitur usaha mikro, kecil dan menengah yang memenuhi definisi dan kriteria usaha mikro, kecil dan menengah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM. Berdasarkan Undang-Undang tersebut, UMKM adalah usaha produktif yang memenuhi kriteria usaha dengan batasan tertentu kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan.

2.1.5 Pengertian Kuliner

Makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia. Makanan yang dikonsumsi manusia dianjurkan mengandung gizi yang sesuai dengan kebutuhan tubuh. Indonesia yang terkenal dengan keanekaragaman budayanya, juga memiliki keanekaragaman dalam makanannya.

Setiap suku di Indonesia mempunyai masakan khas yang berbeda dengan cita rasa yang berbeda pula. Jika diolah secara profesional menjadi makanan khas dan sajian kuliner yang lezat, kuliner Indonesia dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat dan menjadi identitas bangsa. Kuliner menjadi sangat penting sebagai budaya bangsa.

Indonesia memiliki banyak keanekaragaman makanan yang berbeda antar daerah, harus dijaga agar tidak diklaim oleh negara lain. Seperti halnya tari, kuliner adalah bagian dari identitas Budaya Indonesia (Wongso, 2015).

2.1.6 Teori Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan memproses input (faktor produksi) menjadi suatu output. Produsen dalam melakukan kegiatan produksi, mempunyai landasan teknis yang didalam teori ekonomi yang disebut "*Fungsi Produksi*".

Fungsi Produksi adalah suatu persamaan yang menunjukkan hubungan ketergantungan (fungsional) antara tingkat input yang digunakan dalam proses produksi dengan tingkat output yang dihasilkan.

Fungsi produksi sering dinyatakan dalam bentuk rumus, yaitu sebagai berikut:

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

Dimana K adalah jumlah stok modal, L adalah jumlah tenaga kerja dan ini meliputi berbagai jenis tenaga kerja dan keahlian keusahawanan, R adalah bahan baku (raw material), 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. (Sukirno, 2013:195).

2.1.7 Produksi Jangka Pendek atau Satu Faktor Berubah

Jangka Pendek (*short run*). yaitu jangka waktu ketika input variabel dapat disesuaikan, namun input tetap (*fixed input*) tidak dapat disesuaikan. Dalam jangka pendek perusahaan memiliki input tetap dan menentukan berapa banyaknya input variabel yang harus dipergunakan. Untuk membuat keputusan, pengusaha akan memperhitungkan seberapa besar dampak penambahan input variabel terhadap produksi total.

Misalnya input variabelnya adalah tenaga kerja dan input tetapnya adalah modal. Apabila tenaga kerja yang dipergunakan sebanyak 0, produksi juga nol. Ini berarti proses produksi tidak akan menghasilkan output apabila hanya mempergunakan satu macam input. Apabila jumlah tenaga kerja yang dipergunakan semakin banyak, maka output meningkat.

A. Teori Produksi Dengan Satu Input Variabel

Dengan mengasumsikan beberapa input dianggap konstan dalam jangka pendek dan hanya satu faktor produksi yaitu tenaga yang dapat berubah, maka fungsi produksinya dapat ditulis sebagai berikut :

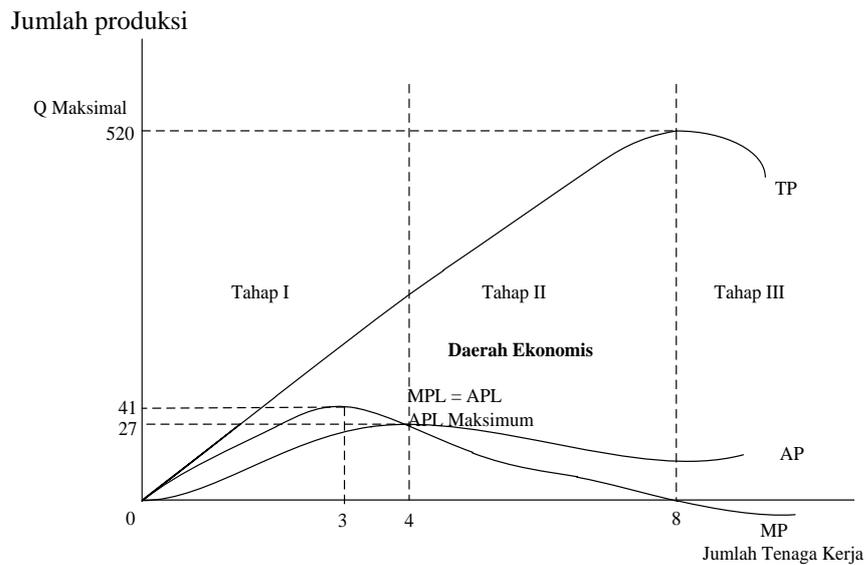
$$Q = f(L)$$

Persamaan produksi ini menjadi sangat sederhana kerana hanya melibatkan tenaga kerja untuk mendapatkan tingkat produksi suatu barang tertentu.

Artinya, faktor produksi yang dapat berubah dan mempengaruhi tingkat produksi adalah hanya jumlah tenaga kerja. Jika perusahaan berkeinginan untuk menambah Tingkat produksi, maka perusahaan hanya dapat menambah jumlah tenaga kerja. Hubungan produksi dimana terdapat satu variabel, dan lainnya tetap biasanya berlaku hukum pertambahan hasil yang semakin berkurang, yaitu apabila faktor variabel itu ditambah terus, maka output semakin lama akan semakin menurun secara rata-rata, dikarenakan semakin besarnya faktor pembagi sementara faktor yang dibagi tetap.

Dan bila hal ini dilakukan terus, maka produksi totalpun akan semakin menurun, dikarenakan faktor produksi tetap semakin jenuh atau kehabisan nilainya, misalnya tanah yang kehabisan unsur haranya sehingga mengurangi kesuburannya bila ditanami dan digarap secara terus menerus. Dalam gambar di bawah ini terlihat hubungan total produksi, produksi marginal dan produksi rata-rata.

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. Pada gambar 2.1 merupakan kurva hubungan total produksi, produksi marginal dan produksi rata-rata :



Gambar 2.1

Kurva Total Produksi, Produksi Marginal Dan Produksi Rata-Rata

B. Produksi Total (*Total Product*) adalah banyaknya produksi yang dihasilkan dari penggunaan total faktor-faktor produksi. Ia menunjukkan hubungan antara jumlah produksi dan jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan produksi tersebut.

$$TP = Q$$

C. Produksi Marjinal (*Marginal Product*) adalah tambahan produksi yang diakibatkan oleh pertambahan satu tenaga kerja yang digunakan.

$$MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$$

D. Produksi Rata - Rata (*Average Product*) adalah produksi yang secara rata-rata dihasilkan oleh setiap pekerja.

$$AP = \frac{TP}{L}$$

Hubungan kurva MP dengan kurva TP :

MP adalah kemiringan dari kurva TP. Sehingga dapat dirumuskan :

1. Jika $MP > 0$, TP akan meningkat seiring bertambahnya jumlah L.
2. Jika $MP = 0$, TP menunjukkan tingkat produksi maksimum/titik puncak.
3. Jika $MP < 0$, TP akan menurun seiring bertambahnya jumlah L.

2.1.8 Produksi Jangka Panjang

Produksi Jangka Panjang (*long run*) merupakan satu waktu dimana seluruh input variabel maupun tetap yang digunakan perusahaan dapat diubah. Adapun tujuan dari pembedaan jangka waktu atau periodisasi dalam produksi adalah untuk meminimumkannya biaya produksi.

Jangka panjang suatu proses produksi tidak bisa diukur dengan waktu tertentu, misalnya 10 tahun, 5 tahun, 15 tahun dan seterusnya. Jangka panjang suatu proses produksi adalah jangka waktu di mana semua input atau faktor produksi yang dipergunakan untuk proses produksi bersifat variabel. Dengan kata lain, dalam jangka panjang tidak ada input tetap.

A. Teori Produksi Dengan Dua Input Variabel

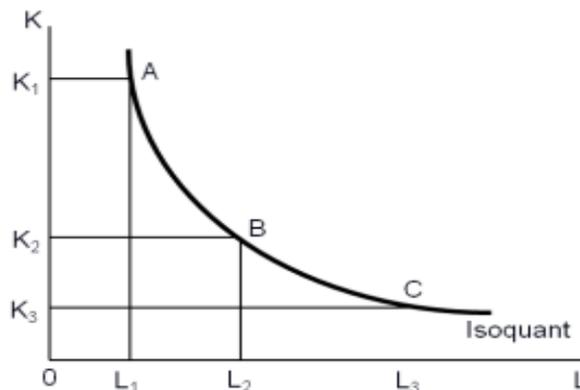
Jika faktor produksi yang dapat berubah adalah jumlah tenaga kerja dan jumlah modal atau sarana yang digunakan, maka fungsi produksi dapat dinyatakan $Q = f(K, L)$. Pada fungsi produksi ini diketahui, bahwa tingkat produksi dapat berubah dengan merubah faktor tenaga kerja (L) dan atau jumlah modal (K). Perusahaan mempunyai dua alternatif jika berkeinginan untuk menambah tingkat produksinya. Perusahaan dapat meningkatkan produksi dengan menambah tenaga kerja, atau menambah modal. Dalam berproduksi, seorang produsen tentu saja diperhadapkan pada bagaimana menggunakan faktor produksinya secara efisien untuk hasil yang maksimum.

Oleh karena itu, produsen akan berusaha mencari kombinasi terbaik antara dua faktor input tersebut.

Hasil produksi yang 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 *isoqost* (biaya sama).

1. Isoquant

Isoquant adalah kurva yang menggambarkan kombinasi dua macam input (faktor produksi) untuk menghasilkan output/produksi yang sama jumlahnya. Bentuk kurva isoquant bermacam-macam, bisa linier apabila kombinasi antara input tersebut akan memberikan perubahan yang proporsional bila salah satunya berubah, dan dapat juga cembung dari titik orgin (seperti kurva indifference). Yang terpenting adalah bahwa isoquant tidak berupa garis lurus vertical maupun horizontal, karena lazimnya tidak mungkin untuk menghasilkan barang dalam jumlah tak hingga atau nol dengan menggunakan jumlah faktor produksi terbatas. Oleh karena itu dalam kurva isoquant akan terdapat batas atas, yaitu titik merupakan kombinasi input dalam jumlah tidak ada atau 0 dan batas bawah yang merupakan kombinasi tak hingga dari input. Pada gambar 2.2 ditampilkan kurva produksi sama (isoquant) :



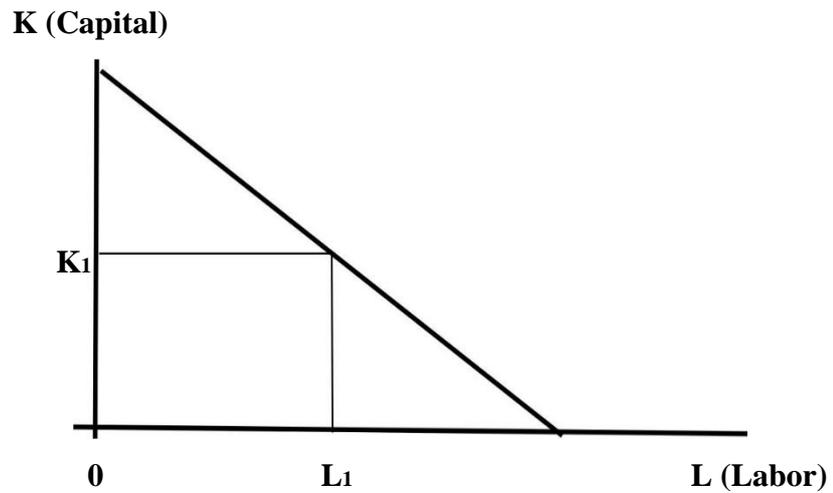
Sumber : *Teori Pengantar Ekonomi Mikro (Sadono Sukirno, 2013)*

Gambar 2.2
Kurva Produksi Sama (Isoquant)

Slope dari isoquant diturunkan dari fungsi produksinya apabila $Q = f(K,L)$ maka slope dari isoquant adalah MP_L / MP_K . Analisa dari slope Isoquant ini sangat penting karena menunjukkan bagaimana suatu input bisa digantikan dgn input lain sementara output tetap. Slope Isoquant ini dikenal dengan istilah *MRTS (Marginal Rate of Technical Substitution)* yaitu tingkat dimana tenaga kerja (L) dapat digantikan dgn modal (K) sementara output konstan disepanjang Isoquant yang sama, maka : $MRTS = MP_L / MP_K$.

2. Isocost

Isocost adalah suatu kurva yang menggambarkan biaya yang dikeluarkan oleh produsen dalam rangka memproduksi dengan menggunakan beberapa faktor input tertentu. Isoqost membatasi dan membedakan kemampuan produksi dari produsen. Semakin besar isoqostnya, maka makin besar pula hasil yang diperoleh. Sebaliknya, semakin kecil isoqost semakin kecil pula hasilnya.



Gambar 2.3
Kurva Garis Biaya Sama (Isocost)

2.1.9 Teori Perusahaan

1. Definisi Perusahaan

Perusahaan adalah suatu organisasi yang menggabungkan dan mengorganisir sumber daya yang bertujuan untuk memproduksi produk untuk dijual. Bentuk perusahaan dapat berupa perseorangan, persekutuan, dan korporasi. 80% dari semua barang dan jasa diproduksi oleh perusahaan, sisanya oleh pemerintah dan organisasi nirlaba.

2. Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan pada umumnya ialah untuk memuaskan kebutuhan dari konsumen dengan nilai-nilai tertentu.

Tujuan perusahaan dapat digolongkan sebagai berikut :

- a. Tujuan Pelayanan Primer, adalah pembuatan barang/jasa yang dijual untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

- b. Tujuan Organisatoris, adalah nilai- nilai yang harus disumbangkan oleh masing-masing atau kelompok individu yang berada pada bagian yang bersangkutan.
- c. Tujuan Operasional, adalah nilai-nilai yang disumbangkan oleh masing-masing tahap dalam suatu unit prosedur kerja secara keseluruhan.
- d. Tujuan Pelayanan Kolateral Pribadi, adalah nilai-nilai yang ingin dicapai oleh individu atau kelompok individu dalam perusahaan.
- e. Tujuan Kolateral Sosial ialah nilai-nilai ekonomi yang lebih luas/ umum yang diperlukan bagi kesejahteraan masyarakat dan yang dapat secara langsung dihasilkan dari kegiatan perusahaan.
- f. Tujuan Kolateral Sosial bersifat lebih luas untuk kepentingan masyarakat, misalkan : membayar pajak.
- g. Tujuan Pelayanan Sekunder, merupakan nilai-nilai yang diperlukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan primer.

Namun secara umum, tujuan perusahaan dapat berupa :

- (1) mencapai keuntungan maksimal
- (2) mempertahankan kelangsungan hidup
- (3) mengejar pertumbuhan
- (4) menampung tenaga kerja

3. Keuntungan, Pendapatan, dan Biaya Produksi

a. Keuntungan

Keuntungan atau laba dibedakan atas laba usaha (*business profit*) dan laba ekonomi (*economic profit*). Laba usaha merupakan pendapatan sisa yaitu penerimaan penjualan dikurangi biaya sedangkan laba ekonomi pendapatan setelah biaya uang (nominal) maupun biaya yang bersifat implisit atau bisa disebut laba usaha dikurangi biaya implisit (manajemen atau tenaga kerja yang tidak terbayar) (Samuelson, 1992 : 327). Keuntungan atau laba sebagai hasil pengembalian pada modal.

Laba didapatkan dari selisih jumlah penerimaan yang diterima perusahaan dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan.

Laba dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Nicholson, 1999 318) :

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

π = *Profit* (laba)

TR = *Total Revenue* (penerimaan total)

TC = *Total Cost* (biaya total)

Keuntungan akan diperoleh jika nilai π positif ($\pi > 0$) dimana $TR > TC$. Semakin besar selisih jumlah penerimaan (TR) dan biaya (TC), maka semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan. Laba maksimum diperoleh jika perbedaan TR dan TC paling besar dan kombinasi tingkat output dan biaya marjinal.

Tiga pendekatan untuk menghitung keuntungan, yaitu :

1) Pendekatan Totalitas (*totally Approach*)

Pendekatan totalitas membandingkan penerimaan total (TR) dan biaya total (TC). Penerimaan total adalah sama dengan jumlah unit output yang terjual (Q) dikalikan harga output per unit (P) atau $TR = P \cdot Q$. Sedangkan biaya total adalah sama dengan biaya tetap (FC) ditambah biaya variabel (VC) atau $TC = FC + VC$.

Dalam pendekatan totalitas biaya variabel per unit output dianggap konstan, sehingga biaya variabel adalah jumlah unit output (Q) dikalikan biaya variabel per unit (v) maka:

$$VC = v \cdot Q$$

Dengan demikian $\pi = P \cdot Q - (FC + v \cdot Q)$. implikasi dari pendekatan totalitas adalah perusahaan menempuh strategi penjualan maksimum. Sebab makin besar penjualan makin besar keuntungan yang diperoleh.

2) Pendekatan Rata-rata (*Average Approach*)

Dalam pendekatan ini, perhitungan keuntungan per unit dilakukan dengan membandingkan antara biaya produksi rata-rata (AC) dengan harga jual output (P).

Keuntungan total adalah keuntungan per unit dikalikan dengan jumlah output yang terjual $\pi = (P - AC) \cdot Q$.

Perusahaan akan memperoleh keuntungan jika harga jual per unit output (P) lebih tinggi dari biaya rata-rata (AC).

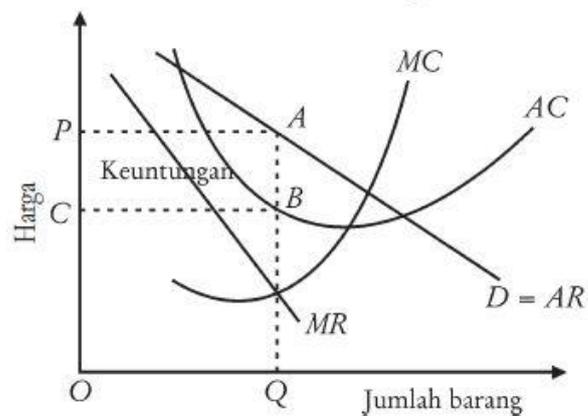
Perusahaan hanya mencapai angka impas jika P sama dengan AC. Keputusan untuk memproduksi atau tidak didasarkan pada perbandingan besarnya P dengan AC. Bila P lebih kecil atau sama dengan AC, maka perusahaan tidak mau memproduksi. Implikasi pendekatan rata-rata adalah perusahaan harus dapat menjual sebanyak-banyaknya (*maximum selling*) agar keuntungan makin besar.

3) Pendekatan Marjinal (*Marginal Approach*)

Dalam pendekatan marjinal, perhitungan keuntungan dilakukan dengan membandingkan biaya marjinal (MC) dan pendapatan marjinal (MR). Laba maksimum tercapai bila turunan pertama fungsi π ($\delta\pi/\delta Q$) sama dengan nol dan nilainya sama dengan nilai turunan pertama TR ($\delta TR/\delta Q$ atau MR) dikurangi nilai turunan pertama TC ($\delta TC/\delta Q$ atau MC) = MR-MC.

Dengan demikian laba maksimum diperoleh bila memproduksi pada tingkat output dimana MR = MC (Rahardja dan Manurung, 2004 : 123). Produsen dianggap akan selalu memilih tingkat output (Q) dimana ia bisa memperoleh keuntungan total yang maksimum.

Posisi tersebut dinyatakan sebagai equilibrium, karena pada posisi ini tidak ada kecenderungan bagi produsen untuk mengubah output dan harga outputnya. Bila produsen mengurangi atau menambah volume outputnya (penjualan)nya, maka keuntungan totalnya justru menurun (Boediono, 1982:81)



Gambar 2.4

Kurva Laba Maksimum

Dari grafik keuntungan maksimum dapat dijabarkan sebagai berikut :

- Harga pembentuk saat kurva MC memotong kurva MR
- Harga pasar setinggi OP_1
- Kurva MC selalu memotong kurva AC pada titik yang terendah
- Besarnya penerimaan total (TR) = OP_1CQ_1
- Besarnya biaya total (TC) = OP_2BQ_1
- Keuntungan maksimum sebesar = P_1P_2BC .

Teori-teori keuntungan lainnya yaitu (Arsyad, 1988:48-49):

a) *Risk Bearing Theories of Profit*

Teori ini menunjukkan semakin tinggi keuntungan yang diharapkan, maka pengusaha tersebut harus memiliki resiko yang cukup tinggi.

b) *Frictional Theory of Profit*

Menyatakan bahwa keuntungan yang didapat merupakan pengembalian implisit atas modal atau investasi yang ditanam baik investasi jangka pendek maupun jangka panjang.

c) *Monopoly Theory of Profit*

Menggambarkan keuntungan lebih yang didapatkan suatu usaha karena adanya monopoli dari usaha tersebut.

d) *Innovation Theory of Profit*

Menyatakan keuntungan yang didapatkan dari inovasi (temuan-temuan produk baru) yang diciptakan dari usaha tersebut.

b. Pendapatan

Pendapatan adalah total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha yang diperoleh dari hasil penjualan output. Penerimaan total adalah output dikali harga jual.

$$TR = P.Q$$

Dimana:

TR : *total revenue* (total pendapatan)

P : harga jual barang

Q : output

Pendapatan berpengaruh secara langsung terhadap keuntungan, semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi keuntungan yang diperoleh, terjadi hubungan positif antara pendapatan dan keuntungan.

Hal ini dapat terlihat dari rumus keuntungan ini sendiri yaitu :

$$\pi = TR - TC$$

Dimana keuntungan merupakan selisih antara total pendapatan dan total biaya, maka terlihat jelas bahwa pendapatan berpengaruh terhadap keuntungan.

Ada beberapa konsep pendapatan yang penting untuk analisa perilaku produsen yaitu (Boediono, 1982 : 77)

1) Pendapatan Total (*Total Revenue*)

Pendapatan total produsen dari hasil penjualan outputnya, yaitu output (Q) dikalikan dengan harga jual output (P). $TR = P \cdot Q$.

2) Pendapatan Rata-rata (*Average Revenue*)

Pendapatan produsen per unit output yang dijual.

$$AR = \frac{Q \cdot P}{Q}$$

$$AR = \frac{T.R}{Q} = P$$

Jadi pendapatan rata-rata tidak lain adalah harga jual output per unit.

3) Pendapatan Marjinal (*Marginal Revenue*)

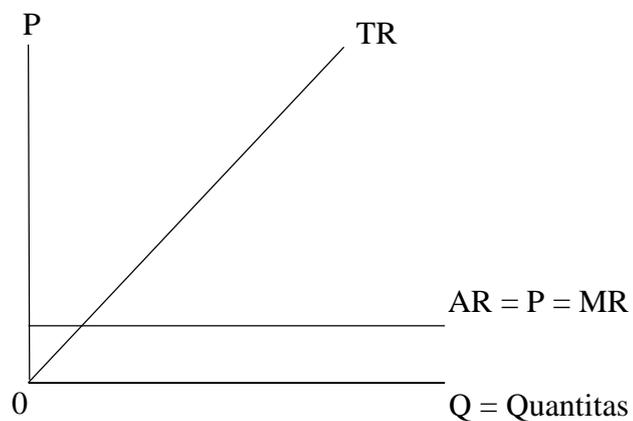
Kenaikan dari pendapatan total (TR) yang disebabkan oleh penjualan tambahan satu unit output.

$$MR = \frac{\Delta T.R}{\Delta Q}$$

Dimana :

ΔTR : tambahan pendapatan total

ΔQ : tambahan output Harga (Rp)



Sumber : Modul Laboratorium Ekonomertika: 52

Gambar 2.5

Kurva Pendapatan Total, Pendapatan Rata-Rata, dan Pendapatan Marginal

Dari gambar di atas dapat menunjukkan bahwa TR berupa garis lurus yang menaik, tanpa ada posisi maksimum yang bermula dari titik nol. Dalam pendapatan total harga telah ditetapkan maka pendapatan rata-rata dan pendapatan marjinal adalah sama dengan harga.

Dengan demikian : $AR = MR = P$

c. **Biaya Produksi**

1) **Pengertian Biaya Produksi**

Menurut Soeharno, (2006: 97-100), biaya produksi adalah semua pengeluaran yang digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan barang atau jasa.

2) **Konsep Biaya Produksi**

a) **Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung**

Biaya langsung adalah biaya yang dapat dihitung untuk tiap output yang dihasilkan. Yang termasuk biaya langsung adalah biaya untuk membeli bahan baku dan biaya tenaga kerja yang langsung menangani produksi.

Biaya tidak langsung adalah biaya yang dikeluarkan tetapi tidak bisa dihitung untuk tiap unit produksi yang dihasilkan karena adanya unsur-unsure biaya penggunaan fasilitas bersama. Biaya tidak langsung ini disebut pula *overhead cost*.

b) **Biaya Eksplisit dan Biaya Implisit**

Biaya eksplisit adalah biaya yang secara nyata dikeluarkan perusahaan, misalnya biaya untuk membeli bahan baku untuk produksi, untuk membayar tenaga kerja langsung yang berkaitan dengan produksi dan sebagainya.

Biaya implisit adalah nilai dari input yang dimiliki perusahaan, digunakan dalam proses produksi, tetapi tidak sebagai pengeluaran nyata yang dikeluarkan perusahaan.

c) Biaya Kesempatan dan Biaya Historis

Biaya kesempatan (*opportunity cost*) adalah nilai dari sumber-sumber ekonomi dalam penggunaan alternatif yang paling baik. Sumber-sumber ekonomi termasuk faktor produksi, misalnya bahan kayu, tenaga kerja, dapat digunakan secara alternatif. Apabila kayu tersebut telah digunakan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa maka ada kesempatan yang hilang untuk menghasilkan barang lain dengan kayu tersebut. Nilai kesempatan yang hilang tersebut adalah biaya kesempatan.

Biaya kesempatan tercermin dalam harga faktor produksi tersebut di pasar.

Biaya historis adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan pada waktu membeli faktor produksi (*input*). Jika input tersebut disimpan dan dikemudian hari baru digunakan dalam proses produksi maka biaya historis adalah sama dengan pada waktu faktor produksi tersebut dibeli.

d) Biaya Incremental

Biaya incremental adalah biaya yang timbul sebagai akibat adanya keputusan yang diambil. Biaya incremental diukur dengan melihat adanya perubahan biaya total.

Dengan demikian biaya incremental dapat berupa biaya tetap atau biaya variabel, atau kedua-duanya.

e) Biaya Relevan

Biaya relevan adalah biaya yang akan dibebankan bila suatu keputusan telah dilakukan. Dengan demikian biaya relevan adalah *incremental cost*.

f) Biaya Variabel dan Biaya Tetap

Biaya variabel adalah biaya yang besarnya tergantung pada output yang dihasilkan. Misalnya biaya bahan untuk menghasilkan suatu produk. Semakin banyak produk yang dihasilkan maka semakin banyak bahan baku yang dibutuhkan, sehingga biaya semakin besar.

Biaya tetap adalah biaya yang tidak tergantung banyak sedikitnya produk yang dihasilkan. Misalnya biaya penyusutan mesin. Biaya penyusutan ini tidak tergantung apakah mesin digunakan pada kapasitas penuh, setengah kapasitas, atau bahkan tidak digunakan. Biaya tetap harus dikeluarkan sebesar penyusutan yang ditetapkan per tahunnya.

3) **Analisis Biaya Produksi**

Analisis Biaya jangka pendek adalah analisis biaya dengan membedakan biaya tetap ($FC = \textit{Fixed Cost}$) dan biaya variabel ($\textit{Variabel Cost}$). Dalam analisis jangka panjang perbedaan tersebut tidak ada. Semua biaya dianggap biaya variabel.

Dalam analisis biaya jangka pendek, konsep-konsep yang digunakan adalah :

- a) Biaya tetap (*fixed cost*), biaya yang tidak tergantung banyak sedikitnya produk yang dihasilkan.
- b) Biaya variabel (*variabel cost*) adalah biaya yang tergantung banyak sedikitnya produk yang dihasilkan.
- c) Biaya total adalah biaya tetap ditambah biaya variabel:

$$TC = FC + VC.$$

- d) Biaya rata-rata (AC) adalah biaya total dibagi produk yang dihasilkan $AC = TC/Q$.
- e) Biaya marginal adalah tambahan terhadap biaya total sebagai akibat ditambahnya satu unit yang dihasilkan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pelaksanaan penelitian terdahulu ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang ruang penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Dengan penelurusan penelitian ini akan dapat dipastikan sisi ruangan yang akan diteliti yang dapat diteliti dalam ruangan ini, dengan harapan penelitian ini tidak tumpang tindih dan tidak terjadi penelitian ulang dengan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang berhasil dipilih untuk dikedepankan dapat dilihat dalam tabel 2.1.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian/ Peneliti/Tahun	Metode Penelitian dan Alat Analisis	Hasil
1	Dampak Pinjaman Program Penanggulangan Kemiskinan Perkotaan (P2KP) Terhadap Pendapatan Anggota Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM). Isra Fenny Simangunosong 2008	Uji Pangkat Tanda Wilcoxon dan Uji Chi-Square	Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa program pinjaman dana bergulir P2KP berpengaruh positif terhadap pendapatan anggota KSM di Kel.Pelabuhan Kec.Semarang Selatan Kota Semarang
2	Analisis Perkembangan Usaha Mikro Dan Menengah Binaan BKM Arta Kawala di Kec. Semarang Barat Kota Semarang. Hening Yustika Pritariani, 2009	Uji Pangkat Tanda Wilcoxon dan Uji Chi-Square	Hasil penelitian ada perbedaan modal, teknologi, mutu, total penjualan, total pembeli sebelum dan sesudah ada binaan dari BKM Arta Kawala, sedangkan keuntungan tidak ada perbedaan bahkan mengalami penurunan sebelum dan sesudah adanya binaan dari BKM Arta Kawala.
3	Analisis Usaha Mikro Monel yang memperoleh kredit dari dinas UMKM Kab. Jepara (Studi Kasus Kec. Kalinyamat Kab. Jepara). Indah Yuliana Putri, 2010	Uji validitas, uji reliabilitas dan uji pangkat tanda Wilcoxon.	Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa pemberian kredit dari Dinas UMKM Kab. Jepara efektif untuk mengembangkan Usaha Mikro Monel. Hal ini dapat dilihat dari perbedaan pada variabel modal, produksi, omzet penjualan, tenaga kerja (jam kerja) dan keuntungan dalam Usaha Mikro Monel, dimana setelah adanya kredit dari Dinas UMKM Kab. Jepara, variabel modal, produksi, omzet penjualan, tenaga kerja dan keuntungan meningkat lebih.

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Peran USP Swamitra Kosuppci selaku lembaga keuangan semi perbankan yang berbadan hukum mempunyai andil dan berperan bagi masyarakat terutama bagi masyarakat golongan ekonomi lemah dalam membantu UMKM. Peran tersebut ditunjukkan melalui pemberian fasilitas pinjaman kredit bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dalam upaya pengembangan usahanya sehingga meningkatkan pendapatan.

2.3.1 USP Swamitra Kosuppci

USP Swamitra Kosuppci adalah nama suatu bentuk kerjasama atau kemitraan antara Bank Bukopin dengan Koperasi Serba Usaha Pedagang Pasar Cicaheum (KOSUPPCI) untuk mengembangkan serta memodernisasi Usaha Simpan Pinjam (USP) melalui pemanfaatan jaringan teknologi (network) dan dukungan sistem manajemen sehingga memiliki kemampuan pelayanan transaksi keuangan yang lebih luas dengan tetap memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2.3.2 Kredit Usaha Mikro

Kredit usaha mikro merupakan produk pinjaman yang dikeluarkan oleh USP Swamitra Kosuppci untuk memfasilitasi kebutuhan pinjaman kredit usaha mikro, kecil dan menengah dalam rangka mengembangkan usaha yang dijalankannya untuk meningkatkan pendapatan. Kredit usaha mikro sangat membantu para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah terutama melindungi dan menghindarkan mereka dari jeratan pemberi pinjaman tidak resmi.

1. Dampak Perkembangan Usaha Mikro

Dampak perkembangan usaha mikro adalah tingkat perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah yang dapat diketahui dengan cara membandingkan perkembangan usaha sebelum memperoleh pinjaman kredit dengan usaha setelah memperoleh pinjaman kredit USP Swamitra Kosuppci. Kondisi tersebut dapat dilihat dari pengaruh pemberian fasilitas pinjaman kredit terhadap usaha mikro, kecil dan menengah secara umum. Pemberian fasilitas pinjaman kredit mikro kepada para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah berdampak positif terhadap perkembangan usaha mikro.

2. Modal Usaha

Modal usaha adalah sumber dan besaran modal yang dimiliki oleh usaha mikro, kecil dan menengah dalam menjalankan usahanya sebelum memperoleh fasilitas pinjaman kredit dari USP Swamitra Kosuppci. Modal usaha ini bisa bersumber modal sendiri, dana bantuan hibah ataupun pinjaman dari pihak ketiga baik perorangan, lembaga keuangan bank dan non bank, koperasi atau yang sejenis dengan itu sehingga pertumbuhan modal usaha dapat diketahui.

Pemberian fasilitas pinjaman kredit mikro berdampak positif terhadap bertambahnya modal usaha. Semakin besar modal usaha yang dijalankan, maka semakin meningkat usaha yang dijalankan oleh para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah.

3. Jam Kerja

Pemberian pinjaman kredit mikro berdampak positif terhadap jam kerja dapat dilihat dari peningkatan jumlah jam kerja yang dijalankan oleh para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dari sebelum memperoleh fasilitas pinjaman kredit dan setelah memperoleh pinjaman kredit USP Swamitra Kosuppci.

4. Omzet Penjualan

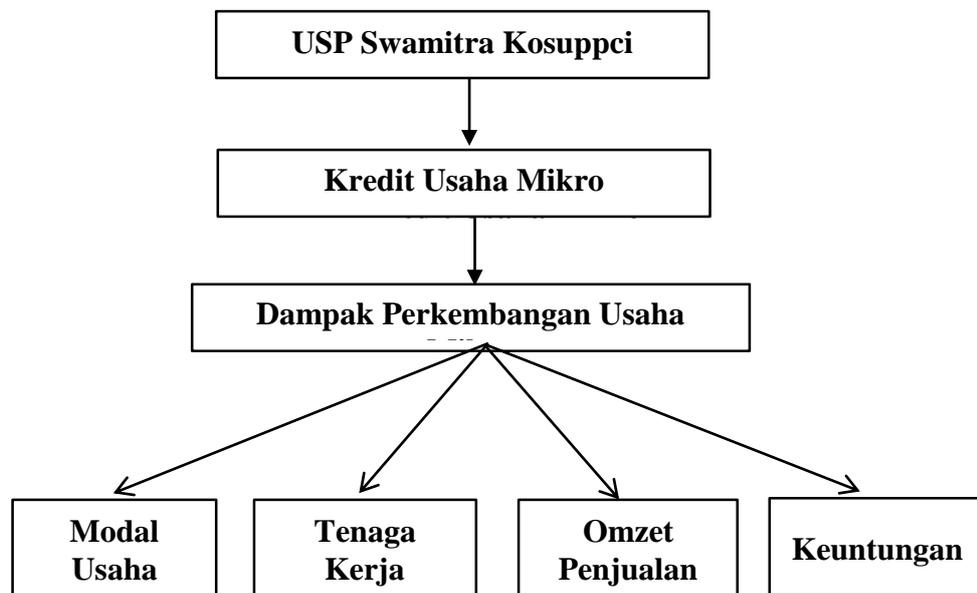
Omzet penjualan merupakan aspek yang menjadi salah satu ukuran bagi usaha mikro, kecil dan menengah untuk mengetahui seberapa besar tingkat penjualan usaha mikro, kecil dan menengah dari kondisi sebelum memperoleh fasilitas pinjaman kredit dan setelah memperoleh fasilitas pinjaman kredit USP Swamitra Kosuppci. Pemberian pinjaman kredit mikro berdampak positif terhadap omzet penjualan dengan melihat peningkatan penjualan para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dari kondisi sebelum memperoleh fasilitas pinjaman kredit dan setelah memperoleh fasilitas pinjaman kredit USP Swamitra Kosuppci.

5. Keuntungan

Keuntungan adalah sisa hasil usaha yang diperoleh pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang merupakan pendapatan usaha setelah dikurangi biaya operasional. Pemberian pinjaman kredit mikro berdampak positif terhadap keuntungan yang diperoleh. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan keuntungan yang diperoleh pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dari kondisi sebelum memperoleh fasilitas pinjaman kredit dan setelah memperoleh fasilitas pinjaman kredit USP Swamitra Kosuppci.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis usaha mikro, kecil dan menengah yang dijalankan oleh para pedagang kuliner di Pasar Cicaheum Bandung sebelum memperoleh fasilitas pinjaman kredit dan sesudah memperoleh fasilitas pinjaman kredit mikro dari USP Swamitra Kosuppci.

Dari analisis tersebut akan dapat dilihat perbedaan besarnya modal usaha, tenaga kerja, omzet penjualan serta keuntungan pada usaha mikro, kecil dan menengah sebelum memperoleh fasilitas pinjaman kredit dan sesudah memperoleh fasilitas pinjaman kredit dari USP Swamitra Kosuppci, dengan ilustrasi :



Gambar 2.6
Kerangka Pemikiran Teoritis

2.4 Hipotesis

Berdasarkan tinjauan dan kajian terhadap penelitian dahulu yang relevan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diduga terdapat perbedaan modal Usaha Mikro dan Kecil antara sebelum dan sesudah memperoleh fasilitas pinjaman kredit dari USP Swamitra Kosuppci.
2. Diduga terdapat perbedaan tenaga kerja (lama jam kerja) Usaha Mikro dan Kecil antara sebelum dan sesudah memperoleh fasilitas pinjaman kredit dari USP Swamitra Kosuppci.

3. Diduga terdapat perbedaan omzet penjualan Usaha Mikro dan Kecil antara sebelum dan sesudah memperoleh fasilitas pinjaman kredit dari USP Swamitra Kosuppci.
4. Diduga terdapat perbedaan keuntungan Usaha Mikro dan Kecil antara sebelum dan sesudah memperoleh fasilitas pinjaman kredit dari USP Swamitra Kosuppci.