

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

#### 2.1 Teori Kredit

##### 2.1.1 Pengertian Kredit

Kata Kredit berasal dari bahasa Yunani yaitu “ credere” yang berarti kepercayaan (truth atau faith), oleh sebab itu dasar dari kredit yaitu kepercayaan. Maksudnya disini adalah Pemberi kredit memberikan kepercayaan kepada penerima kredit dimasa yang akan datang akan sanggup memenuhi segala sesuatu yang telah dijanjikan.

Sedangkan pengertian kredit menurut Pride (1996:592) :

*“ Credit is immediate purchasing power that is exchanged for a promise to repay it, with or without interest, at a later date.”*

Menurut Sudarsono dan Edilius (2001 : 69), bahwa kredit adalah suatu persetujuan pembayaran antara pihak penjual dan pembeli, atau antara kreditur dan debitur, untuk melaksanakan pembayaran atau pengembalian pinjaman di kemudian hari secara mencicil. Sementara Mulyono dan Teguh Pudjo (2001 : 10), memberi pengertian kredit sebagai kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian atau mengadakan suatu pinjaman dengan suatu janji pembayaran akan dilakukan, ditangguhkan pada suatu jangka waktu yang disepakati. Di lain pihak, Kasmir (200 : 72), menyatakan bahwa kredit adalah memperoleh barang dengan membayar secara cicilan atau angsuran dikemudian hari atau memperoleh pinjaman uang yang pembayarannya dilakukan dikemudian hari dengan cicilan atau angsuran sesuai dengan perjanjian.

Pengertian kredit menurut Undang-Undang perbankan Nomor 10 tahun 1998 adalah Penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Dengan demikian, pemberian kredit adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti bahwa prestasi yang diberikan benar-benar diyakini dapat dikembalikan oleh penerima kredit sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang disetujui bersama.

Dalam pemberian kredit pihak yang berkepentingan didalam perjanjian kredit atau pihak terkait langsung adalah:

- 1) Pihak yang memberikan uang/ pemberi kredit (kreditur)
- 2) Pihak yang memperoleh uang/ penerima kredit (debitur) pihak yang membutuhkan dana atau uang.

### **2.1.2 Unsur-unsur Kredit**

Unsur-unsur yang terdapat dalam kredit adalah:

- a. Kepercayaan, yaitu keyakinan dari si pemberi kredit bahwa dana yang diberikan benar-benar akan diterima kembali dalam jangka waktu yang telah ditentukan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak
- b. Waktu, yaitu suatu masa yang memisahkan antara pemberian kredit dengan kontrak di masa yang akan datang . Dalam unsur waktu, nilai uang yang akan diterima dimasa yang akan datang lebih tinggi dari nilai uang itu sekarang (Bunga)

- c. Tingkat Risiko (*Degree Of Risk*), yaitu tingkat risiko yang akan dihadapi sebagai akibat dari adanya jangka waktu yang memisahkan antara pemberian kredit dengan kontrak kredit di masa yang akan datang.
- d. Prestasi, yaitu objek dari kredit tersebut yang dapat berupa uang tapi dapat juga berbentuk barang ataupun jasa.

### 2.1.3 Jenis-jenis Kredit

Secara umum, kredit dapat dilihat dari berbagai segi, diantaranya:

- 1) Segi Kegunaan,
  - **Kredit Investasi**, digunakan untuk keperluan perluasan usaha atau membangun proyek/ pabrik baru atau untuk keperluan rehabilitasi. Misalnya untuk pembelian mesin atau pembangunan pabrik)
  - **Kredit Modal Kerja**, digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya. Contoh: Pembelian bahan baku, membayar gaji pegawai atau biaya yang lainnya)
- 2) Segi Tujuan,
  - **Kredit Produktif**, digunakan untuk peningkatan usaha atau produksi atau investasi, kredit ini diberikan untuk menghasilkan barang atau jasa. Contoh kredit Perikanan akan menghasilkan produk perikanan seperti Ikan

- **Kredit Konsumtif**, digunakan untuk konsumsi yang sifatnya pribadi. Contohnya Kredit Perumahan, Kredit elektronik, dan lain sebagainya.
- **Kredit Perdagangan**, digunakan untuk perdagangan, biasanya untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan dagangan tersebut. Contohnya kredit untuk ekspor/impor, dan lain sebagainya

3) Segi Jangka Waktu,

- **Kredit Jangka Pendek**, biasanya digunakan untuk keperluan modal kerja dengan jangka waktu kurang satu tahun (< 1 Tahun). Misalnya untuk peternakan ayam atau untuk pertanian
- **Kredit Jangka Menengah**, biasanya digunakan untuk tujuan investasi, dengan jangka waktu pinjaman berkisar antara 1 tahun sampai 3 tahun. Misalnya untuk peternakan kambing
- **Kredit Jangka Panjang**, untuk investasi jangka panjang dengan jangka waktu pengembalian 3 tahun sampai 5 tahun. Misalnya untuk perkebunan kelapa sawit, atau untuk kredit konsumtif seperti kredit perumahan (KPR)

4) Segi Jaminan,

- **Kredit dengan Jaminan**, kredit yang diberikan dengan suatu jaminan baik berbentuk barang atau jaminan orang



- **Kredit tanpa Jaminan**, kredit yang diberikan tanpa jaminan barang atau orang tertentu. biasanya dilihat dari prospek usaha ataupun nama baik si peminjam

5) Segi Sektor Usaha,

- **Kredit Pertanian**, untuk membiayai di sektor perkebunan/pertanian
- **Kredit Peternakan**, untuk membiayai di sektor peternakan
- **Kredit Industri**, untuk membiayai industri kecil, menengah, dan besar
- **Kredit Pertambangan**, Untuk membiayai usaha pertambangan
- **Kredit Pendidikan**, Untuk membangun sarana dan prasarana pendidikan atau dapat pula berupa kredit mahasiswa
- **Kredit Profesi**, diberikan kepada para profesional seperti dosen, guru, atau pengacara
- **Kredit Perumahan**, untuk membiayai pembangunan ataupun pembelian rumah

6) Sektor Lainnya,

#### 2.1.4 Fungsi Kredit

Menurut Suyatno (2003:15), fungsi kredit secara umum dalam kehidupan perekonomian dan perdagangan sebagai berikut.

- 1) Kredit pada hakikatnya dapat menimbulkan daya guna uang

a) Para pemilik uang/modal dapat secara langsung meminjamkan uangnya kepada pengusaha yang memerlukan untuk meningkatkan produksi atau usahanya

b) Para pemilik uang/modal dapat menyimpan uangnya pada lembaga-lembaga keuangan. Uang tersebut diberikan sebagaipinjaman kepada perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan usahanya

2) Kredit dapat meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang

Kredit uang yang disalurkan melalui rekening dapat menciptakan pembayaran baru seperti cek, giro, bilyet dan wesel.

3) Kredit dapat pula meningkatkan daya guna dan peredaran barang

Dengan mendapat kredit, para pengusaha dapat memproses barang baku menjadi barang jadi, sehingga daya guna barang tersebut meningkat. Disamping itu, kredit dapat pula meningkatkan peredaran barang baik melalui penjualan secara kredit maupun dengan membeli barang dari suatu tempat dan menjualnya ketempat lain. Hal ini juga berarti bahwa kredit tersebut dapat pula menngkatkan manfaat suatu barang.

4) Kredit sebagai salah satu alat stabilitas ekonomi

Dalam keadaan ekonomi yang kurang sehat, kebijaksanaan diarahkan kepada usaha-usaha antara lain:

a) Pengendalian Inflasi

b) Peningkatan Ekspor

c) Pemenuhan Kebutuhan Pokok Rakyat

Arus kredit diarahkan pada sektor yang produktif. Tujuannya adalah untuk meningkatkan produksi dan memenuhi kebutuhan dalam negeri agar dapat di ekspor.

5) Kredit dapat meningkatkan kegairahan usaha

Setiap orang yang berusaha selalu ingin meningkatkan usahanya, namun adakalanya dibatasi oleh kemampuan dibidang permodalan. Bantuan kredit yang yang diberikan oleh bank atau perusahaan BUMN akan dapat mengatasi kekurangan pengusaha dibidang permodalan tersebut, sehingga pengusaha dapat meningkatkan usahanya.

6) Kredit dapat meningkatkan pemerataan pendapatan

Dengan bantuan kredit, para pengusaha dapat memperluas usahanya dan mendirikan proyek-proyek baru. Peningkatan usaha dan pendirian proyek baru akan membutuhkan tenaga kerja untuk melaksanakan proyek tersebut.

7) Kredit sabagai alat untuk meningkatkan hubungan internasional

Bank-bank besar diluar negeri mempunyai jaringan usaha, dapat memberikan bantuan dalam bentuk kredit, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada perusahaan yang ada didalam negeri.

### 2.1.5 Prinsip Pemberian Kredit

Pemberian Kredit harus diperhatikan Prinsip-prinsip pemberian kredit yang benar. Salah satu pemberian kredit adalah dengan cara analisis 5C yaitu sebagai berikut:

- 1) Character, yaitu sifat atau watak seseorang dalam hal ini calon debitur
- 2) Capacity (Capability), untuk melihat kemampuan calon nasabah dalam membayar kredit yang dihubungkan dengan kemampuannya mengelola bisnis serta kemampuannya memperoleh keuntungan
- 3) Capital, untuk mengetahui sumber-sumber pembiayaan yang dimiliki nasabah terhadap usaha yang akan dibiayai oleh bank.
- 4) Collateral, merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun nonfisik
- 5) Condition, dalam menilai kredit hendaknya juga dinilai kondisi ekonomi sekarang dan untuk masa yang akan datang.

Prinsip pemberian kredit dengan analisis 7P dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Personality

Yaitu menilai debitur dari segi kepribadiannya atau tingkah lakunya sehari-hari maupun masa lalunya. Personality juga mencakup sikap, emosi, tingkah laku, dan tindakan debitur dalam menghadapi suatu masalah.

- 2) Party

Yaitu mengklasifikasikan debitur ke dalam klasifikasi tertentu atau



golongan-golongan tertentu berdasarkan modal, loyalitas, serta karakternya, sehingga debitur dapat digolongkan ke golongan tertentu dan akan mendapatkan fasilitas kredit yang berbeda pula dari kreditor.

3) Purpose

Yaitu untuk mengetahui tujuan debitur dalam mengambil kredit, termasuk jenis kredit yang diinginkan debitur.

4) Prospect

Yaitu untuk menilai usaha debitur di masa yang akan datang apakah menguntungkan atau tidak, atau dengan kata lain mempunyai prospek atau sebaliknya.

5) Payment

Untuk mengukur bagaimana cara nasabah mengembalikan kredit yang telah diambil atau dari sumber mana saja dana kredit yang telah diambil atau dari sumber mana saja dana untuk pengembalian kredit yang diperolehnya.

6) Profitability

Untuk menganalisis bagaimana kemampuan debitur dalam mencari laba. Profitability diukur dari periode apakah akan tetap sama atau akan semakin meningkat, apalagi dengan tambahan kredit yang akan diperolehnya dari kreditor.

7) Protection

Tujuannya adalah bagaimana menjaga kredit yang dikucurkan oleh seseorang atau badan yang memberikan kredit, tetapi melalui suatu

perlindungan. Perlindungan dapat berupa jaminan barang atau jaminan asuransi.

## **2.2 Teori Pendapatan**

### **2.2.1 Pengertian Pendapatan**

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut (Paula, 2005). Dalam arti ekonomi, pendapatan merupakan balas jasa atas penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga serta keuntungan/profit (Sukirno, 2000).

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia dalam buku Standar Akuntansi Keuangan menyebutkan bahwa: “pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.” (Ikatan Akuntansi Indonesia 2003)

Menurut pendapat lain, pendapatan adalah kenaikan kotor dalam aset atau penurunan dalam liabilitas atau gabungan dari keduanya selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan yang berakibat dari investasi yang halal, keuntungan seperti manajemen rekening investasi terbatas (Antonio 2001).

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu usaha. Bila pendapatan suatu usaha relatif rendah, dapat dikatakan bahwa

kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat.

Dalam hal ini untuk mengukur besarnya tingkat pendapatan usaha diamati melalui indikator yaitu, Jumlah Penjualan. Tingkat keberhasilan dan peningkatan pendapatan dapat dilihat dari Volume penjualan. Jumlah Penjualan merupakan jumlah produk yang berhasil dijual oleh pedagang kepada pembeli. Dalam hal ini dinyatakan dalam Rupiah (Rp).

### **2.2.2 Jenis-jenis Pendapatan**

Jenis-jenis pendapatan adalah sebagai berikut:

#### **a. Pendapatan Operasi**

Pendapatan operasi dapat diperoleh dari dua sumber yaitu:

- **Penjualan Kotor**

Penjualan kotor adalah penjualan sebagaimana tercantum dalam faktur atau jumlah awal pembebanan sebelum dikurangi penjualan return dan potongan penjualan.

- **Penjualan Bersih**

Penjualan bersih adalah penjualan yang diperoleh dari penjualan kotor dikurangi return penjualan ditambah dengan potongan penjualan lain-lain.

#### **b. Pendapatan Non Operasi**

Pendapatan non operasi dapat diperoleh melalui dua sumber yaitu:

- Pendapatan Bunga

Pendapatan bunga adalah pendapatan yang diterima perusahaan karena telah meminjamkan uangnya kepada pihak lain.

- Pendapatan Sewa

Pendapatan sewa adalah pendapatan yang diterima perusahaan karena telah menyewakan aktivitya untuk perusahaan lain.

### 2.2.3 Kriteria Pendapatan

Berdasarkan penggolongannya, Badan Pusat Statistik (BPS, 2014) membedakan pendapatan menjadi 4 golongan adalah:

- 1) Golongan pendapatan sangat tinggi, adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp. 3.500.000,00 per bulan
- 2) Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 2.500.000,00 – s/d Rp. 3.500.000,00 per bulan
- 3) Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 1.500.000,00 s/d Rp. 2.500.000,00 per bulan
- 4) Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata 1.500.000,00 per bulan

### 2.2.4 Unsur-unsur Pendapatan

- a. Pendapatan hasil produksi barang dan jasa
- b. Imbalan yang diterima atas penggunaan aktiva sumber-sumber ekonomis perusahaan oleh pihak lain



- c. Penjualan aktiva diluar barang dagangan merupakan unsur-unsur pendapatan lain-lain perusahaan.

### 2.2.5 Sumber Pendapatan

Menurut Sumardi Evert, pendapatan yang diterima seseorang berasal dari berbagai sumber pendapatan yaitu :

- 1) Pendapatan sector formal, yaitu pendapatan yang bersumber dari upah atau gaji yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan.
- 2) Pendapatan sector informal, yaitu pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan.
- 3) Pendapatan sub intern, yaitu pendapatan yang bersumber dari usaha sendiri seperti dari hasil bercocok, beternak, hasil dari kebun dan sebagainya.

### 2.2.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap pendapatan adalah:

- 1) Modal Awal, Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah pendapatan. Modal merupakan faktor produksi yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya pendapatan, namun bukan merupakan faktor satu-satunya yang dapat meningkatkan pendapatan (Suparmoko, 1986 dalam Firdausa, 2012).

2) Lama Usaha, Lama usaha merupakan ukuran tentang lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang dapat memahami tugas suatu pekerjaan dan melaksanakannya dengan baik. Lamanya seorang pelaku usaha menekuni bidangnya akan memberi pengaruh terhadap kemampuan profesionalnya. Semakin lama seseorang menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Ketrampilandalam berdagang yang semakin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang dijaring. Semakin lama usaha seseorang dalam membuka usaha maka semakin terampil melakukan pekerjaan dan semakin sempurna pola berpikir dan sikap dalam bertindak untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu lama usaha yang dijalani seseorang akan meningkatkan kemampuan dalam melaksanakan usaha tersebut sehingga akan dapat meningkatkan produktivitas usaha tersebut.

3) Jam Kerja, Jam kerja merupakan jangka waktu yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha. Jones G dan Bondan Supratilah membagi lama jam kerja seseorang dalam satu minggu menjadi tiga kategori yakni: (Ananta dan Hatmaji, 1985: 75)

- Seseorang yang bekerja kurang dari 35 jam perminggu, maka dia dikategorikan bekerja dibawah jam normal.

- Seseorang yang bekerja antara 35 sampai 44 jam perminggu, maka dikategorikan bekerja pada jam kerja normal.
  - Seseorang yang bekerja diatas 45 jam perminggu maka ia dikategorikan bekerja dengan jam kerja panjang
- 4) Jenis Kelamin, Jenis kelamin dapat meningkatkan pendapatan (Citra,2013). Jenis kelamin didalam usaha berkaitan dengan ketahanan fisik, komunikasi. Laki-laki yang telah menikah produktifitasnya terhadap suatu pekerjaan lebih meningkat sementara perempuan yang telah menikah kebanyakan sebagian waktunya dicurahkan untuk mengurus keluarganya dirumah. Jenis kelamin dalam usaha juga berkaitan dengan kelincahan dalam menawarkan maupun berkomunikasi kepada konsumen laki-laki cenderung pasif dari pada perempuan dalam berkomunikasi.

### 2.3 Teori Legitimasi

Suatu perusahaan bisa ada dalam suatu masyarakat karena adanya dukungan dari masyarakat itu sendiri. Oleh sebab itu, perilaku perusahaan dan cara yang digunakan perusahaan saat menjalankan bisnis harus berada dalam bingkai pedoman yang diterapkan masyarakat. Dalam hal ini, seperti halnya pemerintah perusahaan memiliki kontrak sosial (*social contract*) yang berisi sejumlah hak dan kewajiban.

Kontrak sosial itu akan mengalami perubahan sejalan dengan perubahan kondisi masyarakat. Namun apapun perubahan yang terjadi kontrak sosial tersebut tetaplah merupakan dasar bagi legitimasi bisnis. Kontrak sosial ini pula yang akan menjadi wahana bagi perusahaan untuk menyesuaikan berbagai tujuan perusahaan dengan tujuan-tujuan masyarakat yang pelaksanaannya diwujudkan dalam tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengertian teori legitimasi yang dikemukakan oleh O'Donovan (2002), yaitu:

*“Legitimacy theory as the idea that in order for an organization to continue operating successfully, it must act in a manner that society deems socially acceptable”.*

Dari pengertian diatas, *legitimacy theory* mengandung arti bahwa organisasi/perusahaan secara berkesinambungan harus memastikan apakah mereka telah beroperasi didalam norma-norma yang dijunjung oleh masyarakat dan memastikan bahwa aktivitas mereka bisa diterima pihak luar (masyarakat).

Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa hal yang mendasari *teori legitimacy* adalah “*kontrak sosial*” antara perusahaan dengan masyarakat dimana beroperasi dan menggunakan sumber daya alam.

Dowling and Pfeffer (1975) menyatakan bahwa aktivitas organisasi perusahaan hendaknya sesuai dengan nilai sosial lingkungannya. Terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi, yaitu: (1) aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai (*congruence*) dengan sistem nilai



dimasyarakat, (2) pelaporan aktivitas perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial.

Berdasarkan teori-teori tersebut, setiap perusahaan pada dasarnya harus memberikan *benefit* kepada masyarakat yang dapat dilakukan dengan cara melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada lingkungan masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi sehingga perusahaan mendapat umpan balik yaitu berupa legitimasi dari masyarakat.

## **2.4 Usaha Kecil dan Menengah (UKM)**

### **2.4.1 Konsep UKM**

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 Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut :

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan menurut Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/2007 Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah).
- 2) Milik Warga Negara Indonesia.
- 3) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar.
- 4) Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.
5. Mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan.
- 5) Telah melakukan kegiatan usaha minimal 1 (satu) tahun.
- 6) Belum memenuhi persyaratan perbankan (*non bankable*).

Kriteria usaha kecil dan mikro menurut World Bank dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu:

- 1 ) *Small Enterprise*, dengan kriteria jumlah karyawan kurang dari 30 orang, pendapatan setahun tidak melebihi \$ 3 juta, jumlah aset tidak melebihi \$ 3 juta.
- 2 ) *Micro Enterprise*, dengan kriteria jumlah karyawan kurang dari 10 orang, pendapatan setahun tidak melebihi \$ 100 ribu, jumlah aset tidak melebihi \$ 100 ribu.

Suwarsono (1994) menyatakan bahwa intensitas dan formalitas strategik pada usaha bisnis UKM cukup sederhana dan parsial. Melalui langkah-langkahnya, suatu perusahaan berusaha mencapai daya saing strategis dan laba diatas rata-rata.

#### 2.4.2 Kriteria Pengembangan UKM

Terdapat 7 kriteria hasil pengembangan yaitu peningkatan produksi, peningkatan pendapatan, peningkatan profit, peningkatan omset, penambahan aset, jumlah tabungan, perluasan pasar. Namun yang menjadi fokus penelitian berdasarkan peningkatan pendapatan. *Produksi* merupakan proses mengubah input menjadi output atau Produksi meliputi semua kegiatan untuk menciptakan/menambah nilai/guna suatu barang/jasa. Hubungan antara input dan output disusun dalam fungsi produksi (*production function*).

$$Q = A \cdot F(K, L)$$

Dimana :

Q : kuantitas output,

A : kemajuan teknologi,

K : kuantitas input modal,

L : kuantitas input tenaga kerja

- ❖ *Pendapatan*, Ikatan akuntan Indonesia dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 23 mendefinisikan pendapatan sebagai berikut : “Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal”.

Dalam bisnis, pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan dari penjualan produk dan/atau jasa kepada pelanggan. Bagi investor. Pertumbuhan pendapatan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut. Pertumbuhan pendapatan yang konsisten, dan juga pertumbuhan keuntungan, dianggap penting bagi perusahaan yang dijual ke publik melalui saham untuk menarik investor. Rumus baku pendapatan adalah hasil perkalian antara harga dan jumlah barang/jasa yaitu :

$$R = P \times Q$$

Dimana:

R : revenue (pendapatan) perusahaan,

P : price (harga) pasar produk perusahaan,

Q : kuantitas output.



- ❖ *Pemberian Pinjaman*, sesuai dengan Peraturan Menteri Negara BUMN No. PER – 05 / MBU / 2007 pada pasal 12 (dua belas) ayat 2 (dua) yang berbunyi: “Besarnya jasa administrasi pinjaman dana Program Kemitraan per tahun sebesar 6% (enam persen) dari limit pinjaman atau ditetapkan lain oleh Menteri”.
- ❖ *Pengembangan UKM*, Pengembangan UKM yang diberikan kepada UKM mitra binaan PTPN V dalam bentuk pelatihan (training) dan seminar, baik yang dilakukan secara swakelola maupun oleh pihak eksternal perusahaan, dengan biaya keikutsertaan ditanggung oleh perusahaan. Pemberian pelatihan dan seminar kepada UKM dapat memberikan pengetahuan tentang manajemen usaha yang baik, pengembangan teknik produksi dan pemasaran produk UKM, sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.
- ❖ *Harga Jual Produk*, Harga merupakan nilai atas penyerahan produk/jasa yang dihasilkan atau sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang/jasa (Artikel Lie Dharma Putra 12 Jan.2008, Accounting, Finance & Taxation). Harga Jual dari suatu produk/jasa terdiri dari :
  - 1) *Cost Of Good Sold (Harga Pokok Penjualan)* yaitu segala bentuk pengeluaran yang terkait dengan harga pokok dari barang/jasa tersebut, yang masing-masing bidang usaha berbeda strukturnya
  - 2) *Expenses (Biaya Operasional)* yaitu pengeluaran-pengeluaran yang tidak langsung dihubungkan dengan produk/jasa yang

dihasilkan. Artinya, pengeluaran-pengeluaran ini tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya jumlah/volume produk/jasa yang dihasilkan. Misalnya : Biaya Gaji Pegawai Tetap, Biaya Telepon, Office Supplies, Biaya Sewa Gedung, Biaya Asuransi, dan lain sebagainya.

- 3) *Interest (Biaya Bunga)*, yaitu jika modal yang dipergunakan bersumber dari pinjaman (bank, institusi pembiayaan lainnya), maka bunga atas pinjaman tersebut diperhitungkan dalam struktur harga jual.
- 4) *Tax (Pajak)* Pajak yang diperhitungkan dalam hal ini, hanya Pajak Penghasilan Badan (PPH Badan) dan PPn atas pembelian bahan baku atau lainnya.
- 5) *Profit Margin (Laba)*, yaitu setiap usaha tentunya dibuat untuk menghasilkan laba, dan untuk maksud tersebut perusahaan memasukkan profit margin dalam perhitungan harga jual atas produk/jasa yang akan diserahkan. Mengenai besaran profit margin yang di set tentunya tergantung dari tujuan yang diset. Sesuai dengan fungsi pendapatan atau penerimaan perusahaan, penentuan harga produk UKM ini merupakan bagian dari variabel P, yang berpengaruh positif terhadap pertumbuhan pendapatan UKM.

❖ *Tingkat Pendidikan*, Umumnya UKM dipimpin langsung oleh pemiliknya sehingga kemampuan manajerial pemilik tercermin dari

tingkat pendidikannya. Dengan kata lain semakin tinggi tingkat pendidikan pimpinan UKM maka kemampuan manajerialnya akan semakin baik, memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas, dan hal ini berdampak terhadap kemampuan mengadopsi teknologi produksi untuk peningkatan produksi.

- ❖ *Tenaga Kerja*, Tenaga Kerja (man power) adalah bagian dari angkatan kerja yang berfungsi dan ikut serta dalam proses produksi serta menghasilkan barang atau jasa. Tenaga kerja UKM umumnya merupakan pemilik UKM dan keluarganya karena UKM merupakan usaha keluarga yang turun-temurun.

#### **2.4.3 Kelemahan dan Kekuatan Usaha Kecil**

Kelemahan yang dimiliki oleh usaha kecil di Indonesia pada umumnya relatif mirip antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Kelemahan yang paling pokok yang dialami oleh sebagian besar usaha kecil adalah pada aspek manajemen. Beberapa kelemahan umum yang sering terjadi pada aspek manajemen.

Beberapa kelemahan umum yang sering terjadi pada aspek manajemen dapat diklasifikasi sebagai berikut:

##### **a. Kelemahan aspek manajemen pemasaran**

- Hanya memasarkan produk ke satu pasar.

Banyak pengusaha kecil yang menjual produk hasilnya hanya ke satu pasar tertentu. Hal ini sangat berbahaya untuk kelangsungan hidup usahanya. Pada saat pasar tersebut tidak lagi

menerima produk yang dihasilkan oleh pengusaha kecil tertentu dengan berbagai alasan, misalnya mereka mendapatkan sumber produk lain yang lebih murah, lebih baik kualitasnya atau lebih fleksibel pembayarannya.

- Kelemahan riset pemasaran

Riset pemasaran merupakan suatu aktivitas yang sangat diperlukan oleh pengusaha. Berbagai informasi penting dapat diperoleh perusahaan melalui riset ini. Riset pemasaran yang dilakukan dapat memberikan informasi tentang barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Riset pemasaran dapat memberikan informasi tentang perilaku konsumen di daerah tertentu, daya beli konsumen, strategi pesaing.

- Terlalu mudah menjual secara kredit

Pada garis besarnya penjualan produk yang dihasilkan usaha kecil kepada konsumen dapat diklasifikasikan menjadi 2 sistem pembayaran. *Yang pertama*, sistem pembayaran tunai, yaitu uang pembayaran dari konsumen diterima oleh pengusaha kecil sesaat setelah atau bersamaan dengan penyerahan produk yang diperjualbelikan. *Yang kedua*, sistem pembayaran secara kredit, yaitu produk diserahkan terlebih dahulu kepada konsumen sedangkan pembayaran akan diterima usaha kecil pada waktu yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak.

Masalah akan ditemui oleh pengusaha kecil pada saat menjual



produk secara kredit, jika menemukan beberapa situasi di bawah ini:

- Pembayaran dari konsumen mundur dari jadwal yang disepakati sebelumnya.
- Modal yang dimiliki oleh usaha kecil terbatas, sehingga dengan menjual secara kredit dapat menimbulkan tersendatnya modal lancar untuk operasionalisasi usaha sehari-hari.
- Tidak menutup kemungkinan dengan berbagai penyebab konsumen tidak membayar produk yang sudah dibelinya.
- Pengusaha kecil tidak mampu menagih dengan berbagai alasan.

Banyak aktivitas usaha di mana kesinambungan dapat terancam jika melakukan penjualan secara kredit. Usaha dengan margin keuntungan setiap unit produk yang terlalu kecil sangat rentan jika melakukan penjualan kredit. Pada jenis usaha ini agar kesinambungan usaha terjaga, maka harus mampu melakukan omzet penjualan yang besar setiap harinya. Jika ada satu unit saja dari produk yang dijual dilakukan pembayaran oleh konsumen secara kredit akan mengganggu aktivitas lancar. Jika hal tersebut sering terjadi maka usaha tersebut tinggal menunggu saat kehancurannya tiba.

- Menjual produk tidak sesuai pesanan

Barang yang dihasilkan usaha kecil diproduksi secara tradisional. Peralatan yang digunakan cenderung sederhana, bahkan barang diproduksi tanpa menggunakan alat sama sekali apalagi menggunakan mesin yang muktahir. Hal ini pula yang mengakibatkan perbedaan antar jenis barang yang sama yang diproduksi baik oleh orang sam apalagi oleh orang yang berbeda. Tidak ada standar tetap atas suatu barang. Ini merupakan sifat dari barang yang dihasilkan tanpamenggunakan peralatan dan menggunakan peralatan tapi tidak memiliki standart yang baku.

- b. Kelemahan aspek manajemen operasi

- Teknologi yang digunakan relatif sederhana

Peralatan yang digunakan oleh pengusaha kecil umumnya relatif sederhana. Hal ini tentunya akan sangat berpengaruh kepada kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan. Kualitas produk cenderung rendah jika dibandingkan dengan pengusaha yang menggunakan peralatan atau mesin yang layak. Demikian juga jumlah produk yang dihasilkan relatif sedikit sehingga pada akhirnya akan berpengaruh kepada harga pokok produksi.

- Skala produksi yang rendah

Penggunaan peralatan atau teknologi yang sederhana akan

langsung berdampak kepada jumlah hasil produksi. Pada umumnya jumlah produksi yang dihasilkan oleh pengusaha kecil relatif rendah.

- **Biaya produksi tinggi**

Sudah merupakan hukum ekonomi, jika skala produksi suatu produk sedikit, maka konsekuensinya harga pokok produksi per satuan unit menjadi tinggi. Akibat yang terjadi adalah harga jual yang ditetapkan menjadi tinggi, maka keuntungan yang diperoleh pun menjadi kecil. Sehubungan keuntungan yang diperoleh kecil maka sulit membuat anggaran untuk meningkatkan penggunaan peralatan dan mesin yang layak dengan teknologi tinggi.

c. **Kelemahan aspek manajemen SDM**

- **Sulitnya untuk mengatakan “Tidak”**

Para pengusaha kecil di Indonesia umumnya memiliki sifat dengan budaya orang timur. Orang timur dikenal sebagai orang yang menjunjung tinggi nilai-nilai kesopanan. Sangat disayangkan budaya ini sering diaplikasikan secara tidak tepat dalam aktivitas usaha sehari-hari. Pengusaha kecil sering terlalu banyak pertimbangan saat harus menetapkan suatu keputusan bagi karyawannya. Dia mengetahui kelalaian yang dilakukan oleh karyawannya, tetapi untuk menegurnya secara tegas apalagi memberikan sanksi kepada karyawan tersebut sering tidak

mampu dilakukan dengan alasan kasihan, tidak tega, mencari waktu yang tepat untuk menegurnya, susah mengungkapkannya.

- Unsur keluarga masih dominan

Pengusaha yang profesional adalah pengusaha yang fokus kepada upaya mencapai tujuan perusahaan. Profesionalisme sangat dituntut guna mendapatkan keuntungan yang optimal serta menjaga kesinambungan perusahaan yang tersebut. Pengusaha akan berfikir cermat dalam setiap kebijakan yang ditempuhnya untuk mencapai tujuan tersebut. Jika seorang pengusaha sudah dihadapkan dengan urusan perusahaan yang berkaitan dengan kepentingan keluarga maka muncullah delima. Pengusaha kecil akan menemukan masalah, mana yang harus dipenuhi apakah mengutamakan roda operasi perusahaan walaupun harus mengesampingkan kepentingan keluarga.

- Semua tugas dilakukan sendiri

Sangat banyak pemilik usaha kecil, di mana aktivitas mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dikerjakan dengan bertumpu kepada kemampuan sendiri.

d. Kelemahan Aspek Manajemen Keuangan

- Tidak ada pemisahan antar harta pribadi dan harta perusahaan

Salah satu kelemahan para pengusaha kecil pada aspek keuangan yang sudah menjadi budaya perusahaan adalah harta perusahaan tidak dipisahkan dari harta pribadi pemilik usaha



tersebut. Masalah baru muncul jika untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pribadi pengusaha tersebut mengambil harta yang merupakan harta atau modal perusahaan. Dengan kata lain aset yang ada di perusahaan di samping digunakan untuk urusan pribadi pemiliknya. Jika hal tersebut berulang-ulang apalagi dalam jumlah besar, maka perusahaan hanya tinggal menunggu waktu bangkrut saja.

- Tidak melakukan pencatatan

Pencatatan merupakan satu hal yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas usaha sehari-hari. Banyak manfaat yang dapat diperoleh dengan melakukan pencatatan.

Adapun kekuatan yang dimiliki Usaha Kecil dan Menengah (UKM) diantaranya:

- a. Fleksibilitas operasional

Usaha kecil menengah biasanya dikelola oleh tim kecil yang masing-masing anggotanya memiliki wewenang untuk menentukan keputusan. Hal ini membuat UKM lebih fleksibel dalam operasional kesehariannya. Kecepatan reaksi bisnis ini terhadap segala perubahan (misalnya: pergeseran selera konsumen, trend produk, dll.) cukup tinggi, sehingga bisnis skala kecil ini lebih kompetitif.

- b. Kecepatan Inovasi

Dengan tidak adanya hirarki pengorganisasian dan kontrol dalam UKM, produk-produk dan ide-ide baru dapat dirancang, digarap,

dan diluncurkan dengan segera. Meski ide cemerlang itu berasal dari pemikiran karyawan – bukan pemilik – kedekatan diantara mereka membuat gagasan tersebut cenderung lebih mudah didengar, diterima, dan dieksekusi.

c. Struktur Biaya Rendah

Kebanyakan usaha kecil menengah tidak punya ruang kerja khusus di kompleks-kompleks perkantoran. Sebagian dijalankan di rumah dengan anggota keluarga sendiri sebagai pekerjanya. Hal ini mengurangi biaya ekstra (overhead) dalam operasinya. Lebih jauh lagi, usaha menengah kecil juga menerima sokongan dari pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan bank dalam bentuk kemudahan pajak, donasi, maupun hibah. Faktor ini berpengaruh besar bagi pembiayaan dalam pembentukan dan operasional mereka.

d. Kemampuan Fokus di Sektor yang Spesifik

UKM tidak wajib untuk memperoleh kuantitas penjualan dalam jumlah besar untuk mencapai titik balik (*break even point – BEP*) modal mereka. Faktor ini memungkinkan usaha kecil menengah untuk fokus di sektor produk atau pasar yang spesifik. Contohnya: bisnis kerajinan rumahan bisa fokus menggarap satu jenis dan model kerajinan tertentu dan cukup melayani permintaan konsumen tertentu untuk bisa mencapai laba. Berbeda dengan industri kerajinan skala besar yang diharuskan membayar biaya sewa

gedung dan gaji sejumlah besar karyawan sehingga harus selalu mampu menjual sekian kontainer kerajinan untuk menutup biaya operasional bulannya saja.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Lambok Tampubolon (2006)	Pengaruh Pemberian Kredit terhadap Pengembangan Usaha Kecil pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT. Angkasa Pura II Polonia Medan	- Analisis Deskriptif - Analisis Statistik (Analisis Regresi Sederhana, Pengujian Hipotesis)	Kredit mempunyai pengaruh yang positif terhadap pengembangan usaha kecil yang di ukur dari peningkatan pendapatan. Terdapat perbedaan yang signifikan pada pengembangan usaha kecil sebelum dan sesudah pemberian kredit.
2	Hanifah Isnaini (2013)	Analisa Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Peningkatan Pendapatan Pengusaha Mikro di Surakarta (Pada Koperasi Simpan Pinjam Lumbung Artha)	- Regresi Linear Sederhana - Uji T	Hal ini berarti bahwa tanpanya pemberian kredit, maka pengusaha mikro di Surakarta masih mengalami. Pemberian kredit berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan pengusaha mikro di Surakarta.
3	Sofia Rita (2004)	Analisis Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil dan Menengah. (Studi Kasus PT. BPR Laksana Abadi Sunggal Medan)	- Regresi Linear Berganda - Uji F - Uji T perbedaan dua harga rata-rata	Variabel Modal Kerja mempunyai pengaruh positif terhadap jumlah pendapatan debitur PT BPR Laksana Abadi Sunggal Medan. Variabel kredit yang diterima mempunyai pengaruh positif terhadap jumlah pendapatan debitur PT BPR Laksana Abadi Sunggal Medan.
4	Heru Santosa (2009)	Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Peningkatan Pendapatan pada usaha Tani Padi (Studi kasus di CU. Karsani (Kaya Usaha Tani) Kecamatan Minggir	- Analisis Uji Prasyarat - Uji Hipotesis - Uji Pendapatan	Tidak ada perbedaan pendapatan petani sebelum mengambil kredit dan sesudah mengambil kredit.
5	Adriyanti Agustina Putri (2014)	Analisis Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Pendapatan	- Analisis Deskriptif - Uji Asumsi	Berdasarkan teori dan hasil, kredit harian memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan

No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
		Pedagang Kecil oleh PD. BPR Sarimadu Kecamatan Ujungbatu Kabupaten Rokan Hulu	Klasik - Analisis Regresi Berganda	pedagang kecil. Variabel kredit mingguan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Dari penjelasan teori dan hasil, kredit mingguan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang kecil. Variabel kredit bulanan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Dari teori dan hasil dapat disimpulkan bahwa kredit bulanan memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang kecil.

Sumber : Skripsi dan Jurnal

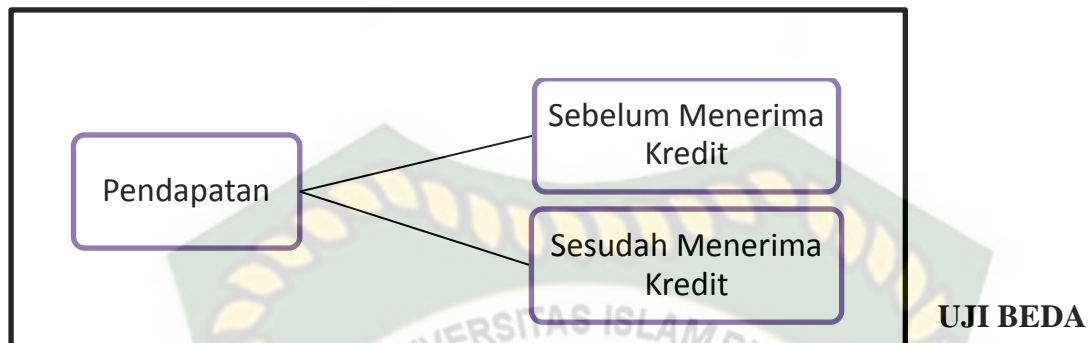
## 2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya serta didukung oleh teori-teori yang relevan, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

“ Terdapat perbedaan sebelum dan sesudah pemberian kredit terhadap peningkatan pendapatan UKM pada program kemitraan bina lingkungan PTPN V Kota Pekanbaru”.



## 2.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran