PENGANTAR AKUNTANSI UNTUK UMKM

Yindrizal

AZKA PUSTAKA
Solusi Ilmu Pengetahuan

Pengantar Akuntansi Untuk UMKM

Pengantar Akuntansi Untuk UMKM

Penulis:

Yindrizal

PENERBIT CV AZKA PUSTAKA

PENGANTAR AKUNTANSI UNTUK UMKM
YINDRIZAL

Editor : Moh Suardi
ISBN : **978-623-8323-33-3**
Design Cover : Taufik Akbar
Layout : Nurjannah, S.Pd
Ukuran Buku : **15.5x23**
Cetakan : **Agustus 2023**

CV. AZKA PUSTAKA
Email : penerbitazkapustaka@gmail.com
Website: www.penerbitazkapustaka.co.id
Website: www.penerbitazkapustaka.com
Jl. Jendral Sudirman Nagari Lingkuang Aua Kec. Pasaman, Kab. Pasaman Barat, Sumatera Barat Pos : 26566

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang. Dilarang Memperbanyak Karya Tulis Ini Dalam Bentuk Apapun Tanpa Izin Penerbit

UU NO. 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA

UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta
Fungsi dan Sifat Hak Cipta Pasal 4
Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.
Pembatasan Pelindungan Pasal 26
Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
ii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
iii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan fonogram yang telah dilakukan pengumuman sebagai bahan ajar; dan
iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah saya panjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah swt yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan penulisan bukun ini. Buku ini disusun untuk menambah referensi untuk mengetahui lebih jauh tentang Akuntansi Untuk UMKM. Buku ini juga dapat dipergunakan untuk menambah referensi untuk kebutuhan perkuliahan yang sesuai dengan topiknya, sehingga buku ini dapat sesuai dengan kualifikasi kebutuhan perkuliahan terkait.

Teknik penyajian yang diangkat dilakukan secara terpadu yang sesuai dengan perekembangan Undang-Undang yang berlaku sekarang ini. Dengan demikian, diharapkan dapat menambah wawasan yang mempelajari tentang Akuntansi Untuk UMKM. Buku ini dapat dijadikan sebagai pedoman dan penunjang yang ingin mempelajari tentang Akuntansi UMKM.

Pembahasan dalam buku ini dimulai dengan menjelaskan secara teoritis dan pembahasan kasus-kasus yang terkait dengan Akuntansi UMKM. Kelebihan buku ini dapat dilihat dari materi yang disajikan, yaitu kesesuain pembahasan dengan peraturan yang terbaru. Pembahasan yang disampaikan dalam buku ini disertai dengan contoh soal dan pembahsannya, dimana dapat digunakan untuk mengukur tingkat ketercapaian dan ketuntasan dalam memahami Akuntansi UMKM.

Penulis menyadari bahwa didalam pembuatan buku ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis sangat membuka saran dan kritik yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan buku ini. Mudah-mudahan buku ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR---------- **iv**

DAFTAR ISI ---------- **vi**

BAB I
GAMBARAN UMUM UMKM---------- **1**
A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ---------- 4
B. Peranan UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi---------- 6
C. Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Daerah ---------- 7
D. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah ---------- 9
E. Faktor Pendukung dan Penghambat UMKM---------- 11
F. Konsep Pemberdayaan UMKM ---------- 16
G.Peran UMKM Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat---------- 18
H.Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Era Undang-Undang Cipta Kerja---------- 23
BAB II
PERBEDAAN UMKM DENGAN KOPERASI DAN PERUSAHAAN BESAR---------- **29**
A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) --------- 30
B. Perbedaan UMKM dan Koperasi---------- 32
C. Badan Usaha Lain ---------- 37
D. Perbedaan Koperasi dengan Badan Usaha Lain (Perusahaan) ---------- 40

BAB III
DIGITALISASI UMKM ----------50
A.Tantangan Dan Strategi Pengembangan Umkm Era Digitalisasi ----------52
B. Digital Marketing ----------58
C. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM ----------67
D. Digital Marketing dan Urgensi Konten Kreatif----------71
E. Undang-Undang Cipta Kerja dan Digitalisasi UMKM----------73

BAB IV
ANALISIS DAN PENCATATAN TRANSAKSI UMKM----------76
A. Pencatatan Transaksi UMKM ----------77
B. Pemahaman Akuntansi UMKM----------79
C. Proses Akuntansi UMKM ----------81
F. Pembukuan UMKM----------82
G. Analisis Transaksi Dan Pencatatan Akuntansi UMKM ----------91
H. Persamaan Akuntansi ----------95
I. Analisis Transaksi----------96

BAB V
PERLAKUAN AKUNTANSI BAGI TRANSAKSI UMKM DAN SAK UMKM----------105
A. Pengertian Akuntansi UMKM ----------108
B. Latar Belakang Regulasi Standar Akuntansi untuk UMKM----------109
C. Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM---------111
D. Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai Dengan SAK EMKM ----------113
E. Laporan Posisi Keuangan ----------115
F. Laporan Laba Rugi----------116
G. Catatan Atas Laporan Keuangan ----------116
H. Perbedaan SAK EMKM dan SAK ETAP ----------122

I. Laporan Keuangan SAK-EMKM ---------- 124
J. Pengakuan dan Pengukuran Asest Tetap ---------- 133
K. Pengakuan, Pengukuran Pendapatan dan Beban ---------- 134

BAB VI
LAPORAN KEUANGAN UMKM ---------- 137
A. Laporan Keuangan ---------- 140
B. Penyusunan Laporan Keuangan berdasarkan SAK EMKM ---------- 143
C. Laporan Posisi Keuangan ---------- 145
D. Laporan Laba Rugi ---------- 147
E. Catatan Atas Laporan Keuangan ---------- 149

BAB VII
UMKM DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI ---------- 156
A. Peranan UMKM Dalam Perekonomian Indonesia ---------- 159
B. Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Daerah ---------- 161
C. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah ---------- 164
D. Faktor Pendukung dan Penghambat UMKM ---------- 167
Konsep Pemberdayaan UMKM ---------- 171
E. Peran UMKM Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat ---------- 173

BAB VIII
UMKM PASCA UU CIPTA KERJA ---------- 177
A. Kriteria UMKM Menurut PP No. 7/2021 ---------- 179
B. Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Era UU Cipta Kerja ---------- 182
C. Perlindungan Hukum Terhadap UMKM Pasca Pemberlakuan Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja ---------- 187

BAB IX
LAPORAN KEUANGAN UMKM DENGAN MICROSOFT EXCEL----------196
A. Pengenalan MS-Fungsi EXCEL----------198
B. Komunikasi Antar Sheet Pada MS Excel ----------203
C. Membuat Laporan Keuangan Dengan Excel-------207

DAFTAR PUSTAKA----------158

PROFIL PENULIS---------- 165

BAB I
Gambaran Umum UMKM

Pembangunan ekonomi suatu wilayah atau negara pada dasarnya adalah interaksi berbagai variabel termasuk sumber daya manusia, sumber daya alam, modal, teknologi, dll. Pembangunan Indonesia sebagai negara memiliki satu tujuan penting yaitu mempromosikan barang publik. Pertumbuhan penduduk memiliki efek positif pada pembangunan ekonomi ketika tingkat dan kemajuan penduduk terkait erat dengan pertumbuhan dan perkembangan usaha ekonomi. Penduduk bukan hanya pelaku atau sumber daya faktor produksi, tetapi juga kelompok sasaran atau konsumen dari produk yang dihasilkan. Status kependudukan, data demografi dan informasi sangat berguna dalam menghitung berapa banyak pekerjaan yang dilakukan dan jenis teknologi apa yang digunakan untuk menghasilkan keterampilan khusus dan barang dan jasa yang dibutuhkan. Di sisi lain, mengetahui situasi demografis dan sosial ekonomi suatu wilayah sangat membantu dalam menghitung jumlah orang yang dapat memanfaatkan peluang dan hasil pembangunan, serta besarnya pangsa pasar di suatu wilayah tertentu.

Seiring berjalannya waktu, pertumbuhan dan pembangunan ekonomi berperan penting dalam meningkatkan pendapatan ekonomi daerah, termasuk kesejahteraan masyarakat setempat. Peran Kementerian Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi daerah, terutama sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi di daerah. Kegiatan Kementerian UMKM merupakan salah satu cara mengidentifikasi produk kreatif di daerah, memberikan peluang usaha kepada pelaku ekonomi lokal per kapita, dan meningkatkan ekonomi lokal. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus mampu berpartisipasi dalam pembangunan perekonomian negara, khususnya dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Kementerian UMKM merupakan salah satu departemen ekonomi yang dapat mengembangkan dan menopang perekonomian. Kementerian UMKM merupakan wadah unggulan penciptaan lapangan kerja yang direncanakan oleh

pemerintah, swasta, dan pelaku ekonomi perorangan. Dengan fokus pada pengembangan potensi UMKM, pembahasan kajian ini mengeksplorasi konsep pengembangan ekonomi lokal kreatif melalui proses kewirausahaan yang dinamis, meningkatkan kebaikan bersama dan kesejahteraan perusahaan. mengarah pada kualitas hidup bagi seluruh anggota masyarakat yang terlibat langsung dalam penciptaan UMKM. Menurut Yudhoyono (2009), gelombang ekonomi keempat merupakan kelanjutan dari gelombang ekonomi ketiga, yang berfokus pada kreativitas, budaya, warisan budaya dan lingkungan. Sebelumnya, Alvin (2010) mengemukakan bahwa peradaban manusia terdiri dari tiga gelombang: gelombang pertama zaman pertanian, gelombang kedua zaman industri, dan gelombang ketiga zaman informasi.

Pada sektor UMKM, nilai ekonomi barang dan jasa ditentukan oleh kreativitas dan pemanfaatan kreativitas, bukan bahan baku dan sistem produksi seperti pada zaman industri. Penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih. Industri pasar global tidak bisa lagi hanya mengandalkan harga dan kualitas produk, tetapi harus bersaing berdasarkan inovasi, kreativitas dan imajinasi. Yang paling umum adalah modal fisik yang terbatas (keuangan, struktural, infrastruktur) dan masalah pemasaran. Kesulitan pemasaran disebabkan rendahnya kualitas tenaga kerja dan pengusaha, serta keterbatasan teknologi produk usaha kecil dan menengah (UKM) yang masih menawarkan kualitas dan harga bersaing. Cakupan tambahan untuk area non-bisnis. Pertumbuhan ekonomi pada hakekatnya merupakan rangkaian upaya pemerintah untuk menghasilkan hasil positif yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat.

A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Menurut Tambunan (2009), definisi dan konsep UMKM bervariasi dari satu negara dengan negara lain. Oleh karena itu, tentu sulit membandingkan kepentingan dan peran UMKM lintas negara. Tidak ada konsensus umum tentang perbedaan antara UMKM dan UKM, atau antara UKM dan perusahaan besar. Bahkan di banyak negara yang definisi UMKM bervariasi antar sektor seperti Thailand, India dan China, atau bahkan antar lembaga dan departemen pemerintah.

Definisi Usaha Kecil (UK) di Indonesia masih sangat berbeda. Menurut Departemen Perindustrian dan Perbankan, Indonesia (1990) mendefinisikan UKM berdasarkan nilai asetnya. Jadi aset (tidak termasuk tanah dan bangunan) dia adalah perusahaan dengan kurang dari Rp 600 juta. Sedangkan Kementerian Perindustrian dan Perdagangan mendefinisikan UK sebagai perusahaan yang modal kerjanya kurang dari Rp.25.000.000,- Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), UK adalah perusahaan industri dengan 5 hingga 19 karyawan, dan perusahaan dengan karyawan kurang dari 5 orang termasuk dalam kelompok industri rumahan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) secara umum didefinisikan sebagai usaha yang memanfaatkan sumber daya alam, bakat, dan kesenian tradisional lokal untuk menghasilkan barang dan jasa. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menggunakan bahan baku yang tersedia dan mudah diperoleh, sedangkan untuk mengolahnya menggunakan teknik sederhana untuk melakukan proses produksi, yang memfasilitasi transfer teknologi. Keterampilan dasar pelaku UMKM biasanya diturunkan dari generasi ke generasi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha padat karya sehingga menyerap tenaga kerja dalam jumlah cukup besar. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peluang pasar yang cukup luas dengan sebagian besar produknya diserap pasar lokal atau domestik dan sebagian lagi diekspor. Potensi ekspor

didasarkan pada bahan baku tertentu, karena seni budaya lokal memiliki karakteristik unik, nilai ekonomi dan profitabilitas.

Selanjutnya di Indonesia, definisi UMKM diatur oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Bab 1 (Ketentuan Umum) Pasal 1 Undang-Undang ini menyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan/atau perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang dibentuk dengan undang-undang. Sedangkan UKM adalah badan usaha yang berdiri sendiri, produktif, mencari laba yang dijalankan oleh orang atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai baik langsung maupun tidak langsung oleh UKM atau perusahaan yang lebih besar yang diatur dengan undang-undang. Usaha kecil pada sisi lain, merupakan usaha yang mandiri, produktif, dan dioperasikan oleh individu atau bisnis yang tidak secara langsung atau tidak langsung dimiliki atau dikendalikan oleh anak perusahaan atau cabang. UKM atau perusahaan besar yang memenuhi kriteria UKM dalam arti hukum atau diatur dalam Undang-Undang.

Menurut Pasal 6 Undang-Undang UMKM, menyatakan bahwa UMKM yang memilikik kekayaan atau kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan, atau omzet tahunan. Menurut undang-undang, usaha mikro adalah badan usaha dengan nilai aset maksimal Rp. 50 juta atau omzet tahunan kurang dari Rp.300 juta. UKM dengan aset mulai dari Rp. 50 juta menjadi Rp. 500 juta atau omset tahunan dari Rp. 300 juta menjadi Rp. 2.500.000.000,- Usaha Menengah adalah mereka yang memiliki kekayaan bersih antara Rp.500 juta dan lebih dari Rp.10 miliar atau dengan omset tahunan lebih dari Rp.2 miliar dan antara Rp.500 juta dan Rp.50 miliar (Tambunan, 2009).

B. Peranan UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Pengembangan ekonomi yang berpusat pada UMKM menjadi ekonomi kreatif dengan potensi ide-ide inovatif untuk mendorong pengembangan produk dan layanan. Industri kreatif menyediakan layanan yang dapat berkontribusi pada kegiatan inovasi perusahaan dan organisasi baik di dalam maupun di luar industri kreatif. Selain itu, industri kreatif dikatakan penuh kreativitas karena memanfaatkan teknologi secara maksimal dan mendorong inovasi teknologi.

Pertumbuhan ekonomi yang cepat hanya dapat dicapai dengan berfokus pada industri kreatif, setelah itu tidak perlu menghasilkan tenaga kerja yang cukup. Pengalaman pengembangan kami di Orde Baru menunjukkan betapa mudahnya mendekati bisnis melalui pertumbuhan yang kreatif dan inovatif. Menurut Howkins (2011), "industri kreatif adalah pengembangan konsep berdasarkan sumber daya kreatif yang dapat merangsang pertumbuhan ekonomi."

Di sisi lain, Wahudi (2010) berpendapat bahwa "industri kreatif dapat mendukung klaster kreatif yang menghubungkan perusahaan publik dan swasta dengan kewirausahaan dan pertumbuhan sosial yang semakin populer di tingkat kota". Wirawan (2012) mengemukakan bahwa "Industri kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi". Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain grafis, desain interior, produk, industri, pengemasan, manufaktur, konsultasi identitas korporat, desain pakaian, desain sepatu, dan manufaktur desain aksesoris fashion lainnya.

Industri kreatif ini cukup tahan terhadap krisis ekonomi, hal ini dapat dilihat waktu krisis ekonomi yang terjadi beberapa waktu lalu, dimana usaha kecil, kecil dan menengah telah terbukti selamat dari resesi dan masih tetap hidup dan berkembang. Lain halnya dengan bisnis besar, dimana terjadi perlambatan pertumbuhan mereka atau

bahkan ada yang tutup. Berdasarkan pengalaman krisis di Indonesia, tujuan dari sektor swasta adalah untuk menciptakan usaha kecil dan menengah. Secara umum, UMKM memainkan peran sebagai berikut dalam perekonomian: (1) pemain kunci dalam perekonomian/bisnis, (2) mampu menyediakan lapangan pekerjaan, (3) pemain kunci dalam pembangunan yang memperkuat kembali bisnis lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) menciptakan lapangan kerja dan sumber daya baru. (5) Kontribusi inovasi terhadap neraca pembayaran (Kementerian Koperasi, 2008).

Berdasarkan kelima peran tersebut, pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah harus direncanakan, terstruktur dan berhasil untuk meningkatkan produk dan daya saing, mengembangkan wirausahawan baru yang lebih kuat dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Kehadiran UMKM di Indonesia terus berkembang dan bertumbuh, sehingga kehadiran UMKM dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

C. Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Daerah

Navastra (2014) berpendapat bahwa "kebijakan yang dianggap tepat dan strategis dalam kerangka pembangunan potensi daerah adalah kebijakan pembangunan ekonomi daerah". Hal ini telah teruji dalam beberapa krisis ekonomi Indonesia, di mana sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat menjadi katup pengaman dari ekses akibat krisis. Memang, Kementerian Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) belum melihat adanya perubahan kebijakan besar sejak berakhirnya krisis ekonomi. Kontribusi kementerian terhadap usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) juga diakui di berbagai perekonomian daerah. Pembangunan ekonomi daerah membangun kelembagaan daerah, meningkatkan kemampuan sumber daya manusia untuk menghasilkan produk yang lebih baik, mencari pasar, mentransfer pengetahuan dan teknologi, serta mendorong kegiatan industri dan usaha kecil di tingkat daerah.

Perannya sebagai mesin pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja sangat penting. Dalam banyak hal, di beberapa negara, sektor ini mampu mengungguli sektor riil di berbagai bidang usaha dan berkontribusi terhadap pendapatan asli daerah (PAD). Peran usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam mempekerjakan/merekrut tenaga kerja selama krisis ekonomi 2009 tetap kredibel. Runtuhnya korporasi besar dan sektor umum membuat UMKM menjadi pilihan paling cerdas untuk pertumbuhan ekonomi. Hal ini disebabkan masalah struktur ekonomi yang sangat bergantung pada perekonomian dunia.

Peran UMKM dalam perekonomian suatu daaerah sangatlah penting, karena sektor UMKM memainkan peran penting dalam pengembangan dan pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Sektor UMKM dapat mengurangi jumlah pengangguran, karena pengembangan UMKM akan menghasilkan lebih banyak lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Berkurangnya pengangguran berarti sektor UMKM mempekerjakan lebih banyak tenaga kerja, yang berarti akan membantu upaya pemerintah untuk mengurangi kemiskinan. Peran UMKM dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, menarik pekerja dan membuat masyarakat berpikir untuk ikut merasakan manfaat pembangunan.

D. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah

Terkait pengembangan ekonomi UMKM di Indonesia, pemerintah mengeluarkan Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2009 tentang pengembangan industri kreatif pada 5 Agustus 2009. Dengan memanfaatkan sumber daya ekonomi lokal dan produk dengan kandungan aditif rendah, kita akan mempercepat pengembangan ekonomi kreatif di berbagai daerah, berpusat pada instansi pemerintah yang menghasilkan produk berkualitas tinggi.

Kemungkinan-kemungkinan ini terkait dengan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi, dan kecemasan publik semakin meningkat. Untuk membina UKM, pemerintah dan lembaga teknis yang menjalankan tugas pokok dan fungsi pembinaan UKM juga berada di bawah pemerintah pusat dan daerah. Pengembangan beberapa strategi program atau perencanaan untuk memfasilitasi proses pengembangan daerah pusat dan usaha kecil dan menengah (UMKM).

1. Konsep Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Dalam Bab 1 Bab 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah: (1) Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perseorangan dan/atau unit usaha seseorang yang memenuhi kriteria usaha sangat kecil berdasarkan Undang-Undang ini. (2) Usaha kecil didefinisikan sebagai usaha produktif tersendiri yang dijalankan oleh orang atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang usaha yang secara langsung atau tidak langsung dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari usaha menengah atau besar yang sesuai dengan standar untuk usaha kecil dan menengah diatur oleh undang-undang ini. (3) Usaha menengah adalah usaha kecil atau besar yang dimiliki, dioperasikan, atau langsung atau tidak langsung dengan omzet bersih atau tahunan, yang jumlah kekayaannya

dibentuk berdasarkan Undang-undang ini. Menurut definisi di atas, UKM pada dasarnya adalah suatu bentuk kegiatan ekonomi produktif yang dilakukan oleh perseorangan atau perseorangan yang memenuhi kriteria UKM.

2. **Pengembangan SDM Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

Sama halnya dengan Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan sumber daya manusia dalam Pasal 16 pada ayat 1 huruf c dilakukan dengan: (a) Meningkatkan sosialisasi dan kewirausahaan, (b) Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; (c) Mendirikan dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk memberikan pendidikan, pelatihan, nasihat, motivasi, kreativitas kewirausahaan dan menciptakan wirausaha baru. Ketiga aspek tersebut mengartikan bahwa sumber daya manusia merupakan isu terpenting dalam pengembangan UMKM yang menghasilkan wirausaha mandiri dari masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat perlu diberdayakan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya sehingga dapat mempengaruhi kualitas hasil yang dihasilkan untuk meningkatkan ekonominya demi kepentingan rakyatnya.

3. **Fokus Pembangunan Kesejahteraan Sosial**

Mengikuti definisi kesejahteraan oleh Howard Jones (1990), tujuan utama pembangunan kesejahteraan adalah mengurangi kemiskinan dalam berbagai bentuknya. “Hasil dari bantuan sosial antara lain adalah pengentasan kemiskinan, multi-investasi.” Ini menekankan bahwa bukan hanya tentang "kemiskinan" atau perumahan yang tidak layak huni, serta kapasitas dan efektivitas lembaga pelayanan, termasuk anak jalanan, pekerja anak, perdagangan manusia, pelacuran, dan pekerja migran. Ini juga mencakup masalah sosial terkait format lainnya. Pemerintah dan lembaga publik swasta (LSM, lembaga publik, lembaga publik) terlibat dalam pengentasan

kemiskinan. Suharto (2009), konsep kesejahteraan juga membantu memperkuat hakekat pembangunan kesejahteraan sosial, dengan alasan bahwa kesejahteraan (*welfare*) dapat diartikan sebagai "kebahagiaan" atau "kondisi kelimpahan". Itu berarti "menyediakan layanan sosial" dan berarti "jenis manfaat tertentu, yang dirancang khusus untuk yang membutuhkan, terutama untuk orang miskin." Dengan kata lain, pengembangan jaminan sosial terutama mengacu pada penyediaan layanan sosial atau jenis manfaat tertentu oleh negara, seperti jaminan sosial bagi masyarakat miskin. Seperti di negara lain, pengembangan dukungan sosial difokuskan pada bidang pelayanan sosial (*social service/activities*), perlindungan sosial (*social protection*) dan pemberdayaan masyarakat (*community/social empowerment*). Tiga tindakan prioritas dilaksanakan berdasarkan pedoman atau strategi yang meliputi aspek pencegahan, pengobatan dan pengembangan.

E. Faktor Pendukung dan Penghambat UMKM

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) tergantung pada beberapa aspek. Satuan kerja pemerintah dibentuk sebagai mitra pemerintah daerah untuk memberikan pengetahuan dan keahlian kepada pemangku kepentingan UMKM melalui berbagai pelatihan, pelaporan, pelatihan dan pemantauan. Sumber daya manusia yang unggul membuktikan bahwa keterampilan dan kreativitas semua UMKM dapat membantu memperkuat industri kreatif. Potensi sumber daya alam juga bisa menjadi faktor pendukung. Mengetahui intensitas pengembangan sumber daya alam saat ini, strategi kreatif pengembangan industri oleh UMKM harus mempertimbangkan aspek politik yang diperlukan untuk menjawab tantangan sektor sumber daya alam.

Aisyah (2015) menyatakan bahwa "ada disinsentif yang berlaku pada penyelenggaraan sektor UMKM, seperti

masalah permodalan, kurangnya bahan baku berkualitas dan sarana infrastruktur untuk komersialisasi". Pemilik UMKM mengakui bahwa pemasaran dilakukan semaksimal mungkin melalui kerja sama dengan orang-orang terdekat atau yang mereka kenal. Pemerintah kota sendiri mengakui telah melakukan berbagai kontak, konsultasi dan pengaturan atas nama UMKM mengingat upaya mereka untuk mengembangkan ekonomi kreatif ini. Namun, agar UMKM dapat berkembang sesuai harapan, perlu melibatkan berbagai kelompok kepentingan, terutama pada profesi yang terampil.

1. Faktor Pendukung UMKM

Faktor-faktor yang membantu UMKM menjadi lebih berdaya saing antara lain:

a. Akses terhadap fasilitas teknologi, informasi dan komunikasi Kemajuan UMKM di Indonesia sangat erat kaitannya dengan perkembangan teknologi saat ini. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa salah satu faktor pendorong berkembangnya UMKM adalah karena penggunaan fasilitas ICT (*technology, information and communication*). Pelaku bisnis mulai menggunakan alat teknologi seperti *smartphone* untuk memperluas pasar bisnisnya dan menggunakan aplikasi komunikasi seperti *WhatsApp* dan media sosial untuk menjual produknya. Padahal, tujuan pemerintah adalah mendorong para pelaku UMKM memanfaatkan dunia digital, seperti *e-commerce*, untuk berjualan dan mengembangkan usahanya. Mengutip sumber berita, Kementerian Koperasi melaporkan sekitar 8 juta UMKM terdigitalisasi pada 2017. Angka tersebut mewakili 14% dari 59,2 juta UMKM Indonesia. Besarnya jumlah UKM *Go-Digital* sejalan dengan target pemerintah menjadikan Indonesia energi digital Asia pada tahun 2020, sehingga jumlah ini diperkirakan akan terus bertambah.

b. Pinjaman Mudah untuk Dana Usaha Perkembangan UMKM di Indonesia tidak terlepas dari dukungan yang diberikan oleh perbankan Indonesia. Pembukaan kredit perbankan dan pengurangan kredit korporasi telah memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan usaha kecil. Memang mulai 2015, bank wajib memberikan pinjaman kepada usaha kecil. Suku bunga akan dimulai dari 5% dan meningkat menjadi 20% pada akhir tahun 2018. Selain itu, siapapun bisa menjadi pelaku UMKM dalam waktu sesingkat mungkin, apalagi modal dasar untuk memulai usaha dinilai tidak terlalu besar, apalagi untuk perusahaan kecil. Oleh karena itu, jumlah UMKM di Indonesia akan terus meningkat.

c.Keringanan pajak PPH final pihak UMKM termasuk sebagai wajib pajak dan wajib menghitung, melaporkan dan melaporkan pajak penghasilan kepada pemerintah. Pajak yang harus dibayar dan dilaporkan adalah pajak pendapatan tetap atau *flat income tax*. Awalnya, tarif PPh final untuk UMKM adalah 1%, namun pada Juli 2018, pemerintah Indonesia menerbitkan Peraturan No. 23 Tahun 2018 yang menurunkan tarif pajak penghasilan final untuk UKM menjadi 0,5%. Perubahan final penurunan tarif PPH dimaksudkan untuk memudahkan pihak usaha kecil dalam memenuhi kewajiban perpajakannya kepada pemerintah. Tindakan ini dapat menciptakan peluang bisnis dan investasi dengan menurunkan tarif pajak penghasilan final yang diumumkan oleh usaha kecil. Pemotongan terakhir dalam tarif pajak penghasilan memiliki dampak yang agak positif. Menurut IRS, jumlah wajib pajak yang membayar PPh final UMKM semakin meningkat. Per Agustus 2018, ia memiliki 463.094 wajib pajak yang baru membayar pajaknya pada periode Desember, angka yang belum pernah membayar pajak usaha kecil pada periode sebelumnya.

Dari jumlah tersebut, per 1 Juli 2018 telah terdaftar 311.197 wajib pajak baru. Tindakan yang dapat mendukung kinerja UMKM dalam meningkatkan daya saing sebagai berikut:

1) Tentang efektivitas pelaksanaan program pengembangan UMKM sebagai tempat pelatihan. Dengan rutin mengadakan pelatihan, pameran, seminar, dll, yang dapat memajukan dan mengembangkan manajemen perusahaan. Tentunya dengan pembinaan yang maksimal juga dapat menciptakan pelaku UMKM yang efisien dan efektif yang mampu bersaing di pasar dalam dan luar negeri. Sejauh ini animo pemangku kepentingan UMKM sangat positif dan mereka sangat antusias mengikuti berbagai arisan yang diadakan.
2) Terkait dengan alokasi anggaran atau *under budget* yang tidak berdampak sangat efektif pada semua program, mulai dari pendidikan hingga pengawasan. Aspek biaya dan anggaran memainkan peran penting di sini. Oleh karena itu, diperlukan situasi keuangan yang stabil dari pemerintah agar semua kegiatan pelatihan, pengembangan, pemberdayaan, sosialisasi dan pengawasan berjalan dengan lancar dan sebagaimana mestinya.
3) Adanya keterbatasan teknologi produksi dan kemampuan manajemen, serta pengetahuan dan kemampuan manajemen usaha kecil dan menengah belum mampu merumuskan strategi usaha yang tepat. Kemampuan mengorganisir perusahaan sendiri dan karyawannya masih lemah, pembagian kerja menjadi tidak jelas, dan pengusaha seringkali harus bertindak sebagai 'one man show'.
4) Sumber Daya Manusia, kurangnya pengawasan oleh Dinas Pelaku UMKM, masih banyak UMKM yang tidak terdaftar di koperasi dan pengurus UMKM, yang didirikan tanpa persetujuan jadwal rutin untuk

melakukan pengawasan.

5) Relatif sulit memasuki pasar, mengantisipasi struktur pasar yang sangat kompetitif di antara industri kecil dan terkadang industri besar. Selain itu, kesulitan pemasaran muncul karena berbagai faktor pendukung penting seperti informasi perubahan dan peluang pasar yang ada baik di dalam maupun di luar negeri.

2. Faktor Penghambat UMKM

Faktor penghambat daya saing UMKM adalah sebagai berikut:

a. Keterbatasan modal terutama terkait dengan terbatasnya akses langsung ke berbagai informasi, layanan, dan peluang keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan formal dan informal.
b. Teknologi produksi dan kemampuan manajemen terbatas, dan tidak mungkin menetapkan strategi bisnis yang tepat dengan pengetahuan dan kemampuan manajemen UMKM. Kemampuan perusahaan untuk mengorganisir diri dan karyawannya masih lemah, pembagian kerja kabur, dan majikan sering dipaksa untuk beroperasi dalam "tontonan satu orang". Struktur pasar yang kompetitif dapat diharapkan membuat masuk pasar relatif sulit. Bukan hanya antar industri kecil, tapi terkadang juga antar industri besar.
c. Kesulitan pemasaran juga disebabkan oleh berbagai faktor primer sekunder, seperti informasi perubahan dan peluang pasar domestik dan internasional.
d. Keterampilan bisnis UMKM masih lemah, kualitas sumber daya manusia (SDM) masih terbatas, dan akses ke lembaga keuangan, terutama bank, masih terbatas.
e. Terbatasnya kemampuan UMKM dalam mengakses informasi untuk mempromosikan produk UMKM;
f. Kurangnya sumber daya manusia yang mampu menciptakan peluang usaha secara mandiri. Oleh

karena itu, sumber daya manusia yang ada masih bisa dikatakan sangat lemah.

F. Konsep Pemberdayaan UMKM

Menurut Mubyarto (2002), pemberdayaan adalah upaya membangun kekuatan (masyarakat) dengan mengembangkan kapasitas, motivasi, persepsi, dan keinginan yang telah ada sebelumnya. Penguatan ekonomi nasional sebaiknya dilakukan oleh pemerintah bermitra dengan lembaga swadaya masyarakat dan perbankan. Pemberdayaan memiliki lima tugas utama, yaitu: (1) Penyadaran; (2) Organisasi; (3) kaderisasi pendamping; (4) dukungan teknis; (5) sistem administrasi.

Kartasasmita (1995), mengemukakan bahwa upaya pemberdayaan harus dilaksanakan dengan tiga cara, yaitu: (a) Menciptakan suasana yang kondusif bagi pembangunan sosial (b) meningkatkan potensi masyarakat dengan menyediakan infrastruktur fisik dan sosial bagi lapisan masyarakat terbawah; (c) pemberdayaan untuk melindungi dan membela yang rentan; Sedangkan Erwidodo (1999) adalah pelaku ekonomi yang lemah diberi kesempatan untuk meningkatkan keterampilan wirausaha (*entrepreneurial spirit*). Inti dari pemberdayaan ekonomi berbasis kerakyatan adalah memberdayakan UMKM, koperasi, dan kelompok masyarakat agar mampu berdikari di bidang ekonomi sehingga mampu mengembangkan kegiatan ekonomi produktif dan ekonomi kreatif secara berkelanjutan.

Menurut Laporan Sintesis Ekonomi Kreatif UNCTAD-UNDP (2008), industri kreatif dapat berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dengan:

1. Industri kreatif dapat mendorong peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja dan pendapatan ekspor.
2. Industri kreatif juga dapat berkontribusi pada aspek sosial, keragaman budaya, dan pengembangan bakat.

3. Industri kreatif mempromosikan aspek ekonomi, budaya dan sosial yang berkaitan dengan teknologi, kekayaan intelektual dan pariwisata.
4. Ini adalah serangkaian jenis kegiatan ekonomi intensif pengetahuan dengan aspek pembangunan dan hubungan antara tingkat ekonomi makro dan mikro secara keseluruhan.
5. Ini adalah opsi pengembangan yang layak yang mendorong inovasi interdisipliner, respons kebijakan, dan tindakan antarlembaga.

Menurut Ballinger *et al*. (2004) dan *Maine Department of Economics and Communities* (2006), industri kreatif menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, menghasilkan modal, mendorong pembaharuan, dan meningkatkan kekayaan dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Jenis kreativitas yang membentuk ekonomi kreatif, yaitu kreativitas ilmiah. kreativitas ekonomi, kreativitas budaya , dan kreativitas teknologi.

Menurut Barney (2009), mengatakan bahwa aspek-aspek yang mempengaruhi pemberdahaan UMKM yang berdampak terhadap kinerja yaitu (a) faktor internal yang kuat, (b) lingkungan eksternal, dan (c) pengaruh usaha itu sendiri melalui pendekatan kompetisi dari suatu proses atau perspektif perilaku. Permendiknas No.2 tahun 2009 tentang standar proses, mengatakan bahwa daya saing adalah "tanda hasil yang lebih baik, lebih cepat, dan lebih bermakna." Permendiknas No. 41 tahun 2007, teknik tersebut antara lain:

1. Kemampuan memperkuat posisi pasar.
2. Kemampuan untuk berinteraksi dengan dunia luar.
3. Kemampuan meningkatkan produktivitas tanpa batas.
4. Kemungkinan mendapat untung dari bisnis apa pun.

Model konseptual daya saing usaha kreatif yang terdiri dari daya saing, keterampilan organisasi, keterampilan kewirausahaan, dan produktivitas disajikan. Hubungan antara berbagai kompetensi dan faktor kompetitif mendasari model yang diusulkan dan tiga tujuan bisnis utamanya.

Membangun perusahaan yang menciptakan persaingan yang cukup, membangun keterampilan organisasi, dan membuat asumsi saat menetapkan tujuan bisnis dalam proses pengembangan.

G. Peran UMKM Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat

1. Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian

Pembangunan nasional adalah upaya untuk meningkatkan kualitas hidup manusia dan masyarakat Indonesia melalui kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, yang dilakukan secara berkelanjutan dan berlandaskan kemampuan nasional. Pembangunan nasional meliputi aspek kehidupan berbangsa dan bermasyarakat yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat. Masyarakat merupakan pelaku utama dalam pembangunan, dan pemerintah memiliki tanggung jawab untuk membimbing, melindungi, dan menciptakan lingkungan yang aman dan damai untuk mendukung pembangunan nasional.

Pembangunan merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mempengaruhi masa depan. Pembangunan membawa perubahan ke arah yang lebih baik dari taraf hidup sebelumnya. Kemajuan di era globalisasi sangat tergantung pada sektor ekonomi sebagai ukuran keberhasilan pemerintah. Pembangunan yang hanya mengutamakan pertumbuhan yang kuat dan tidak merata, ditambah dengan ketimpangan dalam kehidupan sosial, politik, dan ekonomi, mengakibatkan pembangunan yang lemah. Oleh karena itu, pembangunan harus mencakup peran masyarakat sebagai pelaku utama dan aspek merasakan pembangunan. Salah satu indikator pembangunan nasional adalah pertumbuhan ekonomi.

Pembangunan ekonomi merupakan tugas mendesak bagi negara, terutama untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan rakyat. Analisis ekonomi makro menggambarkan pertumbuhan ekonomi sebagai tingkat kenaikan pendapatan per kapitanya, yang mencerminkan tingkat ekonomi negara dan kesejahteraan sosial. Tujuan utama pembangunan ekonomi adalah untuk meningkatkan kuantitas barang dan jasa serta kesempatan kerja di masyarakat. Pelaksanaan pembangunan ekonomi harus melibatkan seluruh lapisan masyarakat dan pemerintah untuk mengambil prakarsa pembangunan daerah, menggunakan segala sumber daya yang ada, serta membentuk dan mengembangkan perekonomian daerah. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional yaitu menjadikan UMKM sebagai ujung tombak dalam pembangunan ekonomi.

Posisi UMKM dalam perekonomian nasional memegang peranan penting dan strategis. Situasi ini sangat mungkin terjadi karena keberadaan UMKM sangat dominan dalam perekonomian Indonesia, karena banyaknya industri dan keberadaannya di semua sektor ekonomi. Potensi penyerapan tenaga kerja tinggi, dan kontribusi UMKM terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan. Alasan lain adalah bahwa Usaha Mikro dan UKM memiliki keunggulan dalam sektor pemanfaatan sumber daya alam dan padat karya, terutama produksi pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan dan perhotelan. Perusahaan menengah memiliki keunggulan dalam hal penciptaan nilai di bidang perhotelan, keuangan, persewaan, layanan perusahaan, dan kehutanan. Korporasi besar memiliki dominasi di bidang manufaktur, energi, gas, telekomunikasi dan pertambangan. Dengan demikian, membuktikan bahwa usaha kecil dan perusahaan besar saling melengkapi dan saling membutuhkan. Memang, UMKM memiliki keunggulan

dalam menyerap tenaga kerja dan berkontribusi terhadap pendapatan nasional.

Fakta juga menunjukkan bahwa krisis ekonomi yang melanda Indonesia dan berlangsung hingga krisis kepercayaan tahun 1989 tidak mengubah dan tidak mempengaruhi keberadaan UMKM. Dalam berbagai kajian ekonomi yang dipaparkan Mulyadi Nitisusatro, perekonomian Indonesia tidak pernah terpuruk akibat jasa usaha kecil. Sementara peran UMKM telah diakui secara luas, krisis telah membawa dampak yang membawa kehancuran dan telah dirasakan oleh perusahaan besar di semua sektor industri.

2. Peran UMKM Dalam Kesejahteraan Masyarakat

Usaha kecil akan berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama di masa mendatang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari di wilayah sekitarnya. Dalam hal ini peran usaha kecil dalam kegiatan perekonomian masyarakat sangat besar, dan UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Keberadaan UMKM membuktikan bahwa mereka dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia dalam banyak hal.

Ketika krisis moneter melanda Indonesia pada tahun 1998, keberadaan UMKM relatif lebih besar dibandingkan dengan perusahaan besar. Hal ini karena sebagian besar UMKM tidak terlalu mengandalkan pinjaman modal besar atau mata uang asing. Oleh karena itu, dengan fluktuasi nilai tukar, krisis terutama akan mempengaruhi perusahaan besar yang sebagian besar menggunakan pinjaman mata uang asing.Menurut Kementerian Koperasi (2005), UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia yaitu; (1) posisinya sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi di berbagai sektor; (2)

pemberi atau penyedia lapangan kerja terbesarnya; (3) pemain utama dalam pengembangan kegiatan ekonomi daerah dan penguatan masyarakat lokal; (4) Mereka yang menciptakan pasar baru dan sumber inovasi. (5) Memberikan kontribusi dalam pemeliharaan neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

Terbukti, keberadaan UMKM berperan sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Seperti halnya di negara kita pasca badai krisis ekonomi tahun 1996, keberadaan UMKM masih sangat besar dan berpotensi untuk bertahan dan berkembang lebih jauh. Saat krisis ekonomi melanda, mereka juga kaget dan terguncang, namun dengan jiwa dan semangat kewirausahaan yang kuat, mereka mampu mengatasi keterpurukan secara perlahan dan bermanfaat bagi masyarakat dan negara. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat Indonesia. Pemerintah Indonesia juga menyadari pentingnya UMKM. Usaha kecil dan menengah (UKM) tampaknya diterima menjadi koperasi, terutama di bawah naungan Kementerian Koperasi dan UMKM.

Sebagai bentuk perhatian tambahan yang diberikan pemerintah kepada usaha kecil ini untuk mendukung perekonomian rakyat biasa. Apalagi keberadaan UMKM dapat berdampak langsung pada peningkatan taraf hidup masyarakat. Ada tiga alasan utama mengapa Negara harus mendorong lebih lanjut pengembangan UMKM yang ada. Pertama, usaha kecil umumnya mampu menyerap dan menghasilkan tenaga kerja yang cukup produktif. Kedua, berinvestasi dalam dan menggunakan teknologi sering mengarah pada peningkatan produktivitas. Alasan ketiga menunjukkan bahwa usaha kecil lebih fleksibel daripada usaha besar.

Menurut Biro Statistik Nasional, kesejahteraan adalah keadaan mampu memenuhi semua kebutuhan fisik

dan mental keluarga sesuai dengan standar hidup mereka. Ada juga beberapa indikator yang tersedia di Badan Pusat Statistik (BPS) untuk mengukur kesejahteraan masyarakat.

a. Penghasilan, penghasilan, atau penghasilan merupakan indikator yang dapat menunjukkan kesejahteraan masyarakat. Total pendapatan moneter yang diterima oleh individu atau rumah tangga selama periode waktu tertentu (satu tahun). Pendapatan terdiri dari pendapatan yang diperoleh, pendapatan properti (sewa, bunga, dividen, dll.) dan tunjangan pemerintah. hujan.
b. Keberadaan perumahan sebagai tempat tinggal, desa, dan tempat tinggal merupakan kebutuhan dasar manusia dan sekaligus berfungsi sangat strategis sebagai landasan pembentukan keluarga untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di masa depan. Keberadaan rumah juga merupakan bagian dari kesehatan masyarakat, dan rumah yang sehat dan nyaman adalah rumah yang akan menjaga kesehatan setiap orang yang tinggal di dalamnya.
c. Pendidikan Pendidikan merupakan hak setiap warga negara untuk mengembangkan potensi dirinya dalam proses pembelajaran. Setiap warga negara Indonesia berhak memperoleh pendidikan yang bermutu sesuai dengan minat dan kemampuannya, tanpa memandang letak ekonomi, sosial, suku, agama, atau letak geografisnya.
d. Kesehatan, kesehatan merupakan ukuran kesejahteraan sosial dan indikator keberhasilan program pembangunan.
e. Jika sakit, akan sulit bagi orang yang sakit untuk berjuang sendiri. Oleh karena itu, berbagai upaya pembangunan di bidang kesehatan harus merangkul semua lapisan masyarakat dan tidak boleh diskriminatif dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan ukuran-ukuran atau indikator kesejahteraan di atas, proses pertumbuhan ekonomi adalah pertumbuhan yang mendukung perkembangan manusia yang lebih baik. Menurut Sukirno, indikator kesejahteraan bukan hanya pola konsumsi, tetapi juga aspek yang berkaitan dengan pengembangan potensi dan kemampuan yang merupakan aset penting untuk mencapai kesejahteraan. Skirno dengan demikian mengkategorikan kesejahteraan menjadi tiga kelompok:

a. Kelompok yang ingin membandingkan tingkat kekayaan dua negara dengan memperbaiki cara menghitung pendapatan nasional.
b. Kelompok yang mencoba mencocokkan pendapatan masyarakat dibandingkan dengan perbedaan tingkat harga di seluruh negeri.
c. Kelompok ini, yang berupaya membandingkan tingkat kekayaan masyarakat lintas negara, didasarkan pada data non-moneter.

Kesejahteraan manusia dapat diukur dengan perhitungan fisik dan non fisik seperti konsumsi per kapita, tingkat kejahatan, tenaga kerja, status ekonomi, dan akses ke media. Kesejahteraan masyarakat juga dapat diukur dengan menggunakan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) yang menggabungkan tiga faktor yaitu usia, tingkat pendidikan, dan taraf hidup layak.

H. Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Era Undang-Undang Cipta Kerja

Dalam salah satu Pasal 34 Ayat 2 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia sejak tahun 1945, setelah Amandemen ke-4, Negara menetapkan suatu sistem jaminan sosial untuk semua rakyat Indonesia. Ada pepatah yang mengatakan bahwa kekuatan manusia membuat yang lemah menjadi kuat. Kami menemukan bahwa Pasal 34 membahas aspek kesejahteraan masyarakat untuk memenuhi amanat UUD 1945 untuk memperkuat mereka yang sangat rentan.

Salah satu contoh penguatan kelompok rentan adalah penguatan kelompok sosial di UMKM. Pemerintah mengambil langkah pencegahan untuk melindungi UMKM. UU No. 20 Tahun 2008 lebih mengatur tentang fungsi dan hak UMKM untuk mengejar pertumbuhan ekonomi. Selain itu, undang-undang mewajibkan pemerintah daerah untuk melindungi di bidang pembiayaan dan investasi.

Pembukaan UU UMKM No. 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 harus diwujudkan melalui pembangunan ekonomi yang berdasarkan demokrasi ekonomi. Sesuai Ketetapan MPR RI Nomor XVI/MPRRI/1998 tentang Ekonomi Politik Dalam Rangka Demokrasi Ekonomi, UMKM harus diperkuat sebagai bagian integral dari perekonomian nasional. Posisi, peran, dan potensi yang strategis untuk mencapai struktur ekonomi nasional yang lebih berimbang. Pemberdayaan UMKM harus menjadi cara yang komprehensif dan optimal untuk memperkuat posisi, peran dan potensi UMKM dalam pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lingkungan yang memberikan peluang, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha yang sebaik-baiknya yang harus dilakukan dengan cara yang berkelanjutan. Pemerataan, penciptaan pendapatan, penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan (Suhardi, 2012).

Belakangan, pada 20 Oktober 2019, diketahui pula Presiden Joko Widodo dalam pidatonya mengatakan akan segera mengubah puluhan amandemen undang-undang yang menghambat penciptaan lapangan kerja (Ihasnudin, Setahun Jokowi dan pidatonya). RUU tentang penciptaan dan penguatan lapangan kerja bagi UMKM masih dalam tahap penyusunan. Rancangan Undang-Undang (RUU) ini dibuat untuk mempromosikan lingkungan bisnis di Indonesia. Dalam perkembangannya, kedua RUU ini kemudian digabung menjadi satu RUU-nya dengan Nomenklatur Cipta

Kerja. Urgensi tersebut bersumber dari dinamika perubahan global yang perlu direspon dengan cepat dan tepat, karena pertumbuhan ekonomi akan melambat tanpa adanya restrukturisasi kebijakan (Aziz & Febriananingsih, 2020). Teks lengkap UU Cipta Kerja menyatakan:

> "Peraturan terkait percepatan proyek strategis nasional, seperti pembinaan, perlindungan, dan peningkatan kapasitas koperasi dan usaha kecil dan menengah, perbaikan ekosistem investasi, serta perlindungan dan peningkatan kesejahteraan pekerja, saat ini sedang digodok. Itu diatur oleh undang-undang dan perubahan diperlukan untuk memenuhi tuntutan undang-undang untuk mempercepat penciptaan lapangan kerja."

Sehubungan dengan itu, pengesahan UU Cipta Kerja diharapkan dapat menjadi pendorong pertumbuhan struktur ekonomi, dan laju pertumbuhan ekonomi yang menyebar ke sektor lain sebesar 5,7-6%. Peningkatan investasi di sektor usaha diharapkan berdampak positif pada pertumbuhan biaya dan produktivitas, serta penciptaan lapangan kerja yang layak untuk meningkatkan pendapatan dan daya beli rumah tangga. Ketika produktivitas meningkat, tingkat upah mungkin meningkat di masa depan.

Namun, setelah pengesahan RUU Cipta Kerja, perkembangan hingga saat ini terbukti kontroversial di masyarakat penolakan. Penolakan UU Cipta Kerja didasarkan pada pandangan bahwa UU Cipta Kerja dipandang menguntungkan pengusaha dan investor asing. Undang-undang ini mengabaikan perlindungan karyawan, lingkungan dan sumber daya alam. Pemerintah disebut hanya tertarik untuk meningkatkan peringkat kemudahan berbisnis. Selain perdebatan pro dan kontra UU Cipta Kerja, terdapat perkembangan positif dalam hal kemudahan berusaha dan pemberdayaan UMKM dalam hal yang diatur dalam UU tersebut. perlindungan UMKM. Hal ini penting karena UMKM adalah tulang punggung perekonomian negara, dan meskipun UMKM adalah usaha kecil, namun

mereka dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dan bahkan selama krisis ekonomi tahun 1998 dan pertengahan 2008, UKM jenis inilah yang relatif dapat bertahan dibandingkan dengan perusahaan besar (Manurung, 2008).

Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil, sejak krisis ekonomi 1997-1998, jumlah UMKM justru meningkat. Pada tahun tersebut juga terdapat 64.199.606 pengusaha di Indonesia, dimana 99,99% atau 64.194.057 adalah usaha kecil dan menengah (UKM). Sisanya sekitar 0,1% atau 5550 adalah pemilik perusahaan besar. Dengan demikian data menunjukkan bahwa sektor UMKM merupakan subsektor pelaku pasar yang memiliki potensi besar bagi perekonomian Indonesia.

Daya serap tenaga kerja UMKM mencapai 117 juta tenaga kerja, atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Di sisi lain, kontribusi UKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya sebesar 38,9% ditempati oleh pelaku ekonomi besar. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) ini didominasi oleh usaha kecil yang mencapai 98,68% dan menyerap sekitar 89% tenaga kerja. Sedangkan kontribusi pergerakan usaha kecil terhadap produk domestik bruto (PDB) tahun 2020 sekitar 37,3%, turun 38,14% dari tahun lalu (Sasonggo, 2020).

Dari tahun 2010 hingga 2019, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2018 sebesar 61,07% lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan besar sebesar 38,93%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kecil menyediakan sebagian besar bisnis dibandingkan dengan perusahaan besar. Selain itu, perhatian Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) terhadap UMKM telah ditetapkan melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah (UU-UMKM). Undang-undang ini membuat UMKM lebih fleksibel dalam pergerakannya karena payung hukum sudah ada (Aziz & Febriananingsih, 2020).

Kontribusi UMKM terhadap PDB pada tahun 2020 sebesar 37,3%, turun 38,14% dari tahun 2019. Penurunan tersebut kemungkinan juga didorong oleh pandemi yang melanda tanah air. Indonesia yang masih berada pada level negara berkembang aktif mendorong perkembangan ekonomi usaha kecil dan menengah (UKM). Sebagai salah satu strategi yang ampuh untuk mempercepat pembangunan ekonomi di berbagai daerah, dalam konteks pengembangan UMKM terdapat berbagai macam kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah untuk lebih mendorong pertumbuhan dan perkembangan UMKM, yaitu:

1. Potensi untuk pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah di daerah sangat besar.
2. Pengembangan UMKM harus sejalan dengan budaya dan kemampuan lokal.
3. Sektor UMKM berperan sangat penting dalam mengatasi masalah sosial di daerah dengan tingkat penyerapan tenaga kerja sangat tinggi.
4. Pertumbuhan sumber daya manusia, penggunaan teknologi, akses permodalan, akses pemasaran, akses informasi dan peran manajemen sangat penting bagi perkembangan usaha kecil.
5. Sumber daya alam dan manusia, serta pasar dunia yang semakin terbuka memiliki potensi besar di era global jika dikelola secara efektif dalam bentuk kemitraan (Abidin, 2008).

Rintangan tersulit yang dihadapi pemilik usaha kecil terkait dengan modal, manajemen keuangan perusahaan, akses pemasaran, dan berbagai target perusahaan. Baru-baru ini, karena kegiatan UKM telah dialihkan ke perusahaan besar, peluang bisnis bagi UKM semakin menyempit. Migrasi perusahaan besar dengan kekuatan modal yang kuat dan tata kelola perusahaan yang kuat telah merambah jaringan bisnis dari perusahaan hulu ke perusahaan hilir, sehingga membuat usaha kecil dan menengah sulit berkembang dan menghambat mereka untuk berbisnis (Yusri, 1998). Ekonom

Romuli Atmasamita berpendapat bahwa pendekatan negatif terhadap globalisasi dan liberalisasi terwujud dalam kasus persaingan tidak sehat dan monopoli di dunia bisnis, tanpa mempedulikan pelaku UMKM lokal (Atmasmita, 2012).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga berjuang untuk mencapai kesetaraan, khususnya dalam hal tata kelola pasar dan akses ke modal yang dihimpun oleh bank dan lembaga keuangan. Sebaliknya, perusahaan besar memiliki kendali atas sumber daya ekonomi masyarakat sehingga membatasi peluang UMKM (Rachbini, 1995). Sektor keuangan, proses deregulasi, dan model yang sangat liberal juga diterapkan pada berbagai bidang investasi, membuat kegiatan ekonomi tidak dapat diakses oleh banyak orang.

Akibat hegemoni proses liberalisasi ekonomi, UMKM tentunya membutuhkan perlindungan hukum agar dapat berkembang dan tetap berdaya saing. Kurangnya perlindungan hukum bagi UMKM, sehingga membuat UMKM di Indonesia menghadapi kesulitan untuk berkembang (Kurniastuti, 2013). Tetapi fakta ini sering disalahpahami oleh pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat. Keterbatasan modal, tenaga yang berkualitas, dan lemahnya pengetahuan tentang teknologi dan keterampilan yang merupakan kekurangan UMKM, bukan akibat kurangnya perlindungan dan pemberdayaan yang memadai (Skarmi, 2016). Padahal, kita semua tahu bahwa kebijakan pemerintah di tingkat makro seringkali salah arah, tidak tepat sasaran dan gagal melindungi UMKM dari persaingan korporasi.

BAB II

PERBEDAAN UMKM DENGAN KOPERASI DAN PERUSAHAAN BESAR

Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) dan Koperasi memiliki pengertian yang berbeda. Usaha Mikro, Kecil Menengah yang didirikan oleh individu atau korporasi berdasarkan Undang-Undang Pemerintah tentang UMKM Mikro (PP UMKM). Sedangkan koperasi sendiri merupakan badan hukum atau organisasi ekonomi yang dimiliki oleh perorangan atau kelompok.

Semakin tinggi tingkat pendapatan masyarakat, maka semakin mempengaruhi perkembangan dunia usaha dan didukung oleh perkembangan teknologi yang maju. Laju perkembangan dunia bisnis yang belum pernah terjadi sebelumnya ditandai dengan munculnya perusahaan manufaktur besar dan retensi sejumlah besar pekerja. Selain itu, semakin banyak bisnis bermunculan dan kesempatan kerja semakin banyak di masyarakat. Selain itu, melalui kebijakan otonomi daerah, perusahaan akan saling bersaing untuk pembangunan daerah, memberikan peluang untuk berbisnis di daerah.

Indonesia saat ini mengenal empat jenis usaha: Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan Koperasi. Bentuk pemekaran korporasi didasarkan pada Pasal 33 UUD 1945 yang memuat konsep demokratisasi ekonomi bagi perekonomian nasional. Konsep ini memberikan kebebasan kepada semua warga negara untuk berbisnis, namun ada batasan yang harus dipatuhi. Keterbatasan ini mencakup dua hal. Artinya, jenis usaha yang penting, esensial dan mengatur hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.

A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha atau perusahaan yang dijalankan oleh perorangan, kelompok, usaha kecil, atau rumah tangga dikelompokkan sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagai negara berkembang, Indonesia menjadikan UMKM sebagai pilar penting sektor ekonomi lokal. Hal ini

dilakukan untuk mendorong kemandirian masyarakat, khususnya dalam dunia usaha.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM adalah usaha manufaktur yang dimiliki oleh orang perseorangan dan/atau pemilik tunggal yang memenuhi kriteria usaha kecil menurut undang-undang. Usaha Kecil (UK) adalah usaha ekonomi produktif yang dioperasikan secara independen yang dioperasikan oleh individu atau unit bisnis yang tidak berafiliasi dengan atau anak perusahaan UK dan secara langsung atau tidak langsung dimiliki atau dikendalikan berdasarkan Standar Bisnis Klein sesuai dengan UU. Usaha Menengah (UM) adalah anak perusahaan atau afiliasi dari perusahaan yang dimiliki oleh UM dan seluruh kekayaan bersih dimiliki oleh UM baik langsung maupun tidak langsung. Unit usaha yang dimiliki secara langsung atau tidak langsung adalah unit usaha industri dan niaga mandiri yang bersifat unit usaha dengan volume penjualan tahunan yang ditentukan oleh undang-undang.

Kualitas pengembangan UMKM di Indonesia terus meningkat. Hal ini tidak dapat dilepaskan dari dukungan negara yang kuat terhadap pengembangan pelaku UMKM, yang sangat penting untuk memprediksi kondisi ekonomi masa depan serta mempertahankan dan memperkuat struktur ekonomi negara.

B. Perbedaan UMKM dan Koperasi

Tidak dapat dipungkiri bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan koperasi kini menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Kedua sektor ini telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi penduduk Indonesia, namun dalam banyak hal UMKM dan koperasi dihargai. Ada banyak perbedaan mendasar antara apa yang dianggap sama untuk kedua jenis usaha tersebut.

Koperasi adalah organisasi ekonomi yang dimiliki dan dioperasikan oleh individu atau kelompok untuk kepentingan umum. Koperasi beroperasi dengan prinsip gerakan ekonomi keluarga. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah istilah kolektif untuk sumber daya ekonomi yang mengacu pada usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh individu atau korporasi, yang ketentuannya termasuk Undang-Undang No. 20/2008.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan koperasi memiliki arti yang berbeda. Koperasi sendiri merupakan perusahaan atau organisasi yang dimiliki oleh perorangan atau kelompok. Koperasi ini beroperasi dengan prinsip kekeluargaan untuk memenuhi kebutuhan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat didefinisikan sebagai usaha kecil yang diciptakan oleh individu atau bisnis. Bisnis ini mungkin dimiliki oleh pihak tertentu, namun banyak pihak yang dapat mengambil keuntungan darinya. Jenis bisnis ini kecil tetapi dapat menciptakan lapangan kerja bagi orang lain. Koperasi tidak hanya mengandalkan struktur dan rencana kerja yang mapan untuk beroperasi. Keanggotaan juga merupakan salah satu elemen kunci dari kegiatan koperasi profesional. Pada prinsipnya keanggotaan ini bersifat terbuka dan siapa saja dapat bergabung dengan koperasi sebagai anggota koperasi.

Untuk menjadi anggota dengan membayar simpanan pokok, memenuhi semua persyaratan untuk menjadi anggota, dan menandatangani buku anggota koperasi. Koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah memainkan dua peran

penting dalam mendukung pembangunan ekonomi Indonesia. Keduanya dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan kinerja keuangan, namun ada perbedaan mendasar antara keduanya. Perbedaan antara UMKM dan koperasi adalah:

Keanggotaan	
UMKM	**KOPERASI**
Anggota	
	Orang perseorangan yang telah mengajukan permohonan keanggotaan koperasi dan telah memenuhi semua persyaratan keanggotaan koperasi sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (ADRT). Pemohon telah disetujui untuk bergabung dengan koperasi.
Calon Anggota	
	Orang-orang yang telah mengajukan keanggotaan di Koperasi tetapi tidak dapat melakukan pembayaran simpanan pokok, sehingga tidak akan terdaftar di Daftar Anggota Koperasi karena mereka tidak mematuhi Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (ADRT). Walaupun belum terdaftar sebagai anggota koperasi, tetapi mereka dapat menggunakan jasa koperasi. Calon harus menjadi anggota

	koperasi dalam waktu 3 bulan, jika tidak cocok pendaftaran keanggotaan akan ditolak.
Anggota Kehormatan	
	Seseorang yang telah diminta untuk bergabung sebagai anggota kehormatan oleh manajemen sehubungan dengan jabatannya. Anggota kehormatan wajib membayar simpanan pokok dan sukarela serta berperan aktif dalam pengembangan koperasi.
Anggota Luar Biasa	
	Warga negara Indonesia atau orang asing yang berminat menjadi anggota, tetapi mempunyai kepentingan dan kebutuhan dalam kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh koperasi, tetapi tidak memenuhi persyaratan untuk menjadi anggota koperasi.
Anggota Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah mereka yang menjadi anggota dan sekaligus	Anggota koperasi adalah orang yang menggunakan jasa koperasi, dan orang yang ikut serta dalam

menjadi investor. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah secara terbuka menerima anggotanya, dimana merreka harus berinvestasi terlebih.	menabung sekaligus meminjam uang dari koperasi tersebut. Anggota koperasi terbuka bagi siapa saja yang secara aktif menggunakan jasa koperasi.
Pengelolaan Modal	
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah jenis perusahaan dengan modal yang sedikit atau modal yang sangat terbatas. Pengelolaan modal UMKM didasarkan pada investasi awal. Besar atau kecilnya modal UMKM mempengaruhi tambahan modal yang dibutuhkan untuk mengembangkan usahanya.	Modal koperasi juga tidak sebesar UMKM yang dimulai dengan modal kecil. Perbedaannya adalah bahwa pendapatan yang digunakan sebagai modal dalam koperasi sesuai dengan penggunaan jasa koperasi. Besarnya modal dipengaruhi oleh jumlah anggota yang menggunakan jasa koperasi.
Pemilik	
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dimiliki oleh orang perseorangan atau perusahaan yang menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Pada UMKM, pemilik dapat berupa perorangan atau perusahaan. Penyertaan modal merupakan prasyarat untuk ditetapkan sebagai pemilik UMKM.	Koperasi dimiliki oleh orang yang menggunakan jasa koperasi tersebut. Pada dasarnya, koperasi adalah perusahaan/badan usaha patungan/milik bersama. Semua anggota koperasi yang berpartisipasi dapat disebut sebagai pemilik koperasi.
Status Anggota	
Dalam UMKM, status anggota didasarkan pada	Namun, dalam hal unit ekonomi koperasi, semua

jumlah modal. Besarnya modal mempengaruhi status anggota.	anggota koperasi adalah sama. Setiap orang memiliki hak yang sama dan status yang sama. Oleh karena itu, tidak ada kelompok yang unggul, kaya, dll dalam koperasi.
Keuntungan	
Keuntungan UMKM digunakan untuk tambahan modal, sehingga usaha mereka menjadi berkembang.	Keuntungan koperasi dikelola kembali dan digunakan lagi untuk anggotanya.
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Koperasi merupakan dua hal berbeda yang mendukung pembangunan ekonomi. Perbedaan antara UMKM dengan koperasi terlihat jelas dari sistem keanggotaannya. Namun kedua hal ini akan tetap berjalan sesuai fungsinya masing-masing untuk perekonomian Indonesia yang lebih baik.	

Berdasarkan jenis-jenis keanggotaan di atas, terlihat bahwa koperasi berupaya untuk mengajak masyarakat dari berbagai lapisan untuk menjadi anggota koperasi dengan cara yang sebaik-baiknya. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah masyarakat yang ikut serta dalam koperasi semakin meningkat. Hal ini menunjukkan potensi ekonomi yang sangat besar yang tersedia untuk berbagai jenis anggota. Bentuk usaha kerjasama semakin beragam dan berkembang seiring bertambahnya anggota dari berbagai kalangan.

C. Badan Usaha Lain

Entitas adalah unit hukum, teknis, dan ekonomi yang tujuannya adalah untuk menghasilkan laba/keuntungan atau profit. Entitas sering disamakan dengan perusahaan, meskipun sebenarnya berbeda. Perbedaan utama adalah bahwa unit bisnis adalah institusi dan perusahaan adalah tempat unit bisnis mengelola faktor-faktor produksi.

1. Perseroan Terbatas (PT)

Perseroan Terbatas (PT) adalah sekelompok orang yang berhak dan diakui oleh undang-undang untuk mencapai tujuan tertentu. Perseroan Terbatas dimiliki oleh setidaknya dua orang yang bertanggung jawab hanya untuk bisnis tanpa mempengaruhi aset pribadi. Modal PT terdiri dari saham, yang juga bertindak sebagai tanda kepemilikan perusahaan, dan bagian keuntungan yang dibayarkan kepada pemegang saham disebut dividen. Besarnya dividen tergantung dari keuntungan yang dihasilkan oleh PT. Kuasa terbesar dari PT tersebut adalah pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), yang sekurang-kurangnya diadakan sekali dalam setahun, selambat-lambatnya setiap enam bulan setelah tahun buku.

Jenis – Jenis (Perseroan Terbatas (PT):

a. PT Umum adalah yang modal diperoleh melalui penjualan saham di bursa. Umumnya disebut sebagai PT terbuka, dimana saham diperdagangkan dalam bentuk saham pada saat penunjukan. Artinya, nama pemegang saham tidak tercatat dalam saham tersebut.
b. PT Tertutup adalah PT dimana sahamnya dimiliki oleh orang-orang tertentu (keluarga), dan nama pemegang saham dicantumkan dalam saham tersebut, maka saham tersebut sering disebut saham atan nama.
c. PT Perseorangan adalah, dimana seluruh sahamnya berada ditangan seseorang yang kemudian bertindak sebagai direksi PT tersebut. Menurut Undang-Undang

Nomor. 1 tahun 1995, dimana praktek sperti ini dilarang atau tidak diperbolehkan.

d. PT Milik Negara adalah PT yang sebagian atau seluruh sahamnya dimiliki oleh Negara.
e. PT Kosong yaitu PT yang sudah tidak aktif lagi, dan hanya tinggal nama.

2. Persekutuan Komanditer (CV)

Commanditaire Vennootschap (CV/Persekutuan Komanditer) adalah persekutuan dimana satu atau lebih sekutu dengan mempercayakan uang dan barang (modal) kepada satu orang atau lebih, untuk menjalankan suatu perusahaan dan sekaligus bertindak sebagai pemimpin. Bentuk ini digunakan untuk menghilangkan atau mengurangi keterbatasan modal, tetapi dalam hal ini adanya penyertaan modal oleh anggota yang tidak aktif dalam bidang usaha. Oleh karena itu, perusahaan/badan ini memiliki dua jenis sekutu, mitra aktif dan mitra pasif.

Mitra aktif (komplementer) adalah mitra yang memimpin sekaligus menjalankan perusahaan. Sekutu pasif (komanditer) adalah orang yang hanya memiliki modal pada perusahaan tersebut. Tanggung jawab mitra aktif termasuk hutang kepada pihak ketiga, sedangkan mitra pasif hanya mencakup modal yang disertakan. Kitap Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) tidak menjelaskan secara rinci bagaimana cara mendirikan sebuah CV, tetapi cara pendiriannya tidak jauh berbeda dengan perusahaan dalam bentuk Firma.

3. **FIRMA**

Kemitraan dengan perusahaan/firma adalah kemitraan untuk menjalankan perusahaan dengan menggunakan nama bersama. Dalam kemitraan dengan sebuah perusahaan/firma, ada beberapa orang yang telah membentuk aliansi dengan menjalankan bisnis dan telah setuju untuk menggunakan salah satu nama mereka. Ketika banyak orang berkumpul/bersekutu untuk membentuk grup perusahaan, mereka perlu bersama-sama menentukan dokumen/akta resmi atau dibawah tangan. Sertifikat/akta tersebut, di amerika disebut *articles of copartnership atau articles of partnership* yang berisikan hal-hal yang telah disepakati bersama oleh pemegang saham, seperti nama perusahaan di mana ia didirikan dan jumlah modal masing-masing mitra.

4. **Badan Usaha Milik Negara (BUMN)**

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) adalah perusahaan yang seluruh atau sebagian kekayaannya dimiliki oleh negara Republik Indonesia. Negara atau pemerintah perlu menguasai dan mengelola kepentingan orang banyak untuk kepentingan umum. Ini akan mencegah ketimpangan ekstrim dalam kekuasaan, pendapatan dan distribusi. Badan Usaha Milik Negara didirikan untuk menjalankan usaha yang mengatur hajat hidup orang banyak dan mencegah kelompok-kelompok agar tidak melakukan monopoli yang dapat merugikan masyarakat luas.

5. **Badan Usaha Milik Swasta (BUMS)**

Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) adalah badan usaha yang dimiliki sepenuhnya oleh swasta. Unit usaha ini dikuasai penuh dan modalnya berasal dari swasta. Badan Usaha Milik Swasta dapat dimiliki oleh lebih dari satu orang. Badan Usaha Milik Swasta bertanggung jawab untuk mengelola sektor produksi/industri yang potensial

dan dapat memberikan keuntungan kepada mereka, dimana sektor tersebut tidak dikuasai oleh negara. Badan Usaha Milik Swasta merupakan salah satu jenis usaha yang berperan penting dalam merevitalisasi perekonomian Indonesia. Badan Usaha Milik Swasta berupaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan terus berkembang.

D. Perbedaan Koperasi dengan Badan Usaha Lain (Perusahaan)

Perbedaan antara koperasi dengan perusahaan adalah bahwa koperasi didirikan oleh anggota untuk tujuan kemakmuran mereka/anggota, keuntungan didistribusikan menurut prinsip keadilan, dan manajemen dipilih berdasarkan Rapat Anggota Tahunan (RAT). Disisi lain, perusahaan didirikan oleh individu/perorangan atau dalam bentuk perseroan dengan tujuan untuk kesejahteraan pemilik, sedangkan pengurus dari perusahaan dapat oleh pemilik atau berdasarkan RUPS (dalam hal perseroan terbatas).

Hal-hal pokok yang membedakan antara koperasi dengan badan usaha lain yang non koperasi antara lain adalah:

Koperasi	Badan Usaha Lain
Koperasi adalah kumpulan orang	Kumpulan modal sebagaimana perusahaan non koperasi
Dalam koperasi setiap anggota memiliki jumlah suara yang sama, yaitu satu orang mempunyai satu suara dan tidak bisa diwakilkan (*one man one vote, by proxy*)	Dalam badan usaha lain yang non koperasi, suara ditentukan oleh besarnya jumlah saham atau modal yang dimiliki oleh pemegang saham
Pada koperasi, anggota adalah pemilik sekaligus pelanggan (*owner-user*), oleh karena itu kegiatan usaha yang dijalankan oleh koperasi harus sesuai dan	Hal yang demikian itu berbeda dengan badan usaha yang non koperasi. Pemegang saham tidak harus menjadi pelanggan. Badan usahanyapun tidak harus

berkaitan dengan kepentingan atau kebutuhan ekonomi anggota	memberikan atau melayani kepentingan ekonomi pemegang saham
Tujuan koperasi adalah memberikan manfaat pelayanan ekonomi yang sebaik-baiknya (*benefit*) bagi anggota	Tujuan badan usaha non koperasi pada umumnya adalah mengejar laba yang setinggi-tingginya
Anggota koperasi memperoleh bagian dari sisa hasil usaha sebanding dengan besarnya transaksi usaha masing-masing anggota kepada koperasinya	Pada badan usaha non koperasi, pemegang saham memperoleh bagian keuntungan sebanding dengan saham yang dimilikinya
Dasar usaha koperasi adalah kebutuhan dan kepentingan ekonomi yang sama di antara para anggotanya. Untuk itu, hakikat usaha koperasi adalah sejauh mana koperasi dapat memberikan manfaat ekonomi bagi anggotanya. Lebih jauh lagi, sejauh mana koperasi dapat mempromosikan dan melakukan efisiensi dalam usaha anggotanya, serta dapat meningkatkan nilai tambah hasil produksi anggotanya	
Koperasi sebagai badan usaha tentu harus dijalankan dengan prinsip ekonomi, di mana akan muncul pendapatan dan biaya. Pelayanan kepada anggota	

adalah prioritas utama usaha koperasi. Sedangkan pelayanan kepada bukan anggota diperbolehkan setelah kebutuhan seluruh anggota terpenuhi, dan koperasi memiliki kemampuan untuk melakukannya	

Dasar usaha koperasi adalah kebutuhan dan kepentingan ekonomi yang sama di antara para anggotanya. Untuk itu, hakikat usaha koperasi adalah sejauh mana koperasi dapat memberikan manfaat ekonomi bagi anggotanya. Lebih jauh lagi, sejauh mana koperasi dapat mempromosikan dan melakukan efisiensi dalam usaha anggotanya, serta dapat meningkatkan nilai tambah hasil produksi anggotanya.

Koperasi sebagai badan usaha dapat melakukan kegiatan usahanya sendiri dan dapat juga bekerja sama dengan badan usaha lain, seperti perusahaan swasta maupun perusahaan Negara. Perbedaan antara koperasi dengan badan usaha lain, dapat digolongkan sebagai berikut:

Koperasi	Badan Usaha Lainnya
Dilihat dari segi organisasi	
Koperasi adalah organisasi yang mempunyai kepentingan yang sama bagi para anggotanya. Dalam melaksanakan usahanya, kekuatan tertinggi pada koperasi terletak di tangan anggota	Badan usaha bukan koperasi, anggotanya terbatas kepada orang yang memiliki modal, dan dalam pelaksanaannya kegiatannya kekuasaan tertinggi berada pada pemilik modal usaha
Dilihat dari segi tujuan usaha	
Koperasi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan bagi	Badan usaha bukan koperasi pada umumnya

para anggotanya dengan melayani anggota seadil-adilnya	bertujuan untuk mendapatkan keuntungan
Dilihat dari segi sikap hubungan usaha	
Koperasi senantiasa mengadakan koordinasi atau kerja sama antara koperasi satu dan koperasi lainnya	Badan usaha bukan koperasi sering bersaing satu dengan lainnya
Dilihat dari segi pengelolaan usaha	
Pengelolaan usaha koperasi dilakukan secara terbuka	Badan usaha bukan koperasi pengelolaan usahanya dilakukan secara tertutup

Koperasi sebagai badan usaha tentu harus dijalankan dengan prinsip ekonomi, di mana akan muncul pendapatan dan biaya. Pelayanan kepada anggota adalah prioritas utama usaha koperasi. Sedangkan pelayanan kepada bukan anggota diperbolehkan setelah kebutuhan seluruh anggota terpenuhi, dan koperasi memiliki kemampuan untuk melakukannya. Di antara bentuk badan usaha tersebut di atas terdapat perbedaan dalam banyak aspek.

Di bawah ini disajikan perbedaan tersebut yang meliputi 8 dimensi:

Tabel 1. Perbedaan Masing-Masing Bentuk Badan Usaha dalam Berbagai Dimensi

Dimensi	Perorangan	Firma	PT	Koperasi
Pengguna Jasa	bukan pemilik	Umumnya bukan pemilik	umumnya bukan pemilik	Umum / Anggota
Pemilik Usaha	Individu	sekutu usaha	pemegang saham	anggota

Yang punya hak suara	tidak perlu	para sekutu	pemegang saham	anggota
Pelaksanaan Voting	tidak perlu	biasanya menurut besarnya modal Penyertaan	menurut besarnya saham yang dimiliki melalui RUPS	satu anggota satu suara dan Tidak boleh diwakilkan
Penentuan Kebijaksanaan	orang yang bersangkutan	para sekutu	direksi	pengurus
Balas Jasa Terhadap modal	tidak terbatas	tidak terbatas	tidak terbatas	terbatas
Penerima Keuntungan	orang yang bersangkutan	para sekutu secara proporsional	pemegang saham secara proporsional	anggota sesuai jasa/ partisipasi
Yang bertanggung jawab terhadap rugi	Pemilik	para sekutu	pemegang saham sejumlah saham yang dimiliki	anggota sejumlah modal equity

Selain perbedaan dari 8 dimensi di atas beberapa pakar melihat perbedaan antara koperasi dengan PT dari dimensi lain. Perbedaan antara Koperasi dengan PT Menurut R.S. Soeriaatmadja adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Perbedaan Koperasi dan PT

Dimensi	Koperasi	PT
Tujuan	tidak semata-mata mencari keuntungan terutama meningkatkan kesejahteraan anggota.	Mencari keuntungan, sebesar-besarnya.
Keanggotaan, Modal dan keuntungan	anggota adalah utama koperasi adalah kumpulan orang, modal Sebagai alat keuntungan dibagi pada anggota sesuai jasa masing-masing	modal adalah primer jadi merupakan kumpulan modal. Orang adalah sekunder. jumlah modal menentukan besarnya suara dan keuntungan dibagi menurut besar / kecilnya modal.
Tanda Peserta	hanya mengenal satu macam keanggotaan dan tidak diperjualbelikan	dinamakan persero atau saham. Terdapat lebih dari satu jenis saham dan tiap jenis mempunyai hak berbeda. Saham dapat diperjualbelikan, saham dapat terpusat pada

		satu atau beberapa orang, sehingga kebijaksanaan perusahaan bisa hanya ditentukan satu atau dua orang dimana saham berpusat.
Pemilikan dan hak Suara	Tidak ada perbedaan hak suara. Satu anggota satu suara dan tidak boleh diwakilkan	hak suara dapat diwakili tidak terbuka dan direksi pemegang peranan dalam pengelolaan usaha.
Cara kerja	bekerja secara terbuka dan diketahui oleh semua anggota.	bekerja secara tertutup dan direktur memegang kendali perusahaan.

Tunggal (2002) menyatakan saham/sero pada PT identik dengan simpanan pokok pada koperasi. Perbedaan yang menyolok antara simpanan pokok dalam perkumpulan koperasi dan saham/sero dalam perseroan terbatas adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Perbedaan Saham pada PT dan Simpanan Pokok pada Koperasi

Saham / Sero Perseroan Terbatas	**Simpanan Pokok Koperasi**
Besarnya tergantung kepada besarnya modal pertama/dasar. Setelah modal pertama ditentukan, baru dibagi-bagi dalam sejumlah saham.	Besarnya menurut keputusan rapat anggota mengikat kekuatan anggota masing-masing.
Saham dijual kepada siapa saja yang mau dan mampu	Siapa yang akan menjadi anggota dipilih lebih

membelinya dan pembeli inilah yang menjadi anggota persero.	dahulu, baru diwajibkan membayar simpanan pokok.
Dapat diperjualbelikan dan oleh karenanya selalu pindah tangan.	Tidak dapat diperjualbelikan dan oleh karenanya tetap tinggal dalam tangan anggota semula.
Bila berhenti sebagai anggota, saham dapat dijual kepada orang lain.	Bila berhenti sebagai putusan rapat anggota dapat diminta kembali dari perkumpulan.
Menentukan hak suara dalam rapat anggota.	Tidak menentukan hak suara dalam rapat anggota.
Menentukan bagian keuntungan.	Tidak menentukan bagian keuntungan.

Tabel 4. Perbedaan Dilihat dari segi Pembagian Keuntungan

Koperasi	**Perusahaan**	**Organisasi non profit**
Sisa hasil usaha dapat dibayarkan kepada anggota atas transaksi dalam koperasi	Laba dapat dibagikan dalam bentuk deviden tergantung sifat saham/di investasikan kembali dalam perusahaan	Keuntungan tidak dimiliki oleh anggota secara individu, teapi dimiliki oleh organisasi
Peraturan koperasi membatasi/melarang pembayaran jasa/bunga/share	Tidak ada pembatasan atas deviden saham	-

Beberapa koperasi terstruktur sebagai organisasi non profit, SHU tidak dibagikan kepada anggotanya	-	-

Persamaan Badan usaha dengan koperasi, yaitu:

1. Ketika individu atau kelompok entitas yang independen secara hukum bekerja sama untuk memiliki, mengelola, dan bermaksud menggunakan jasa ekonomi entitas ini.
2. Anggota koperasi adalah pemilik atau pelanggan atau pemasok suatu unit usaha, serta anggota koperasi dan unit ekonomi koperasi yang membentuk koperasi.

Persamaan Koperasi dengan Perusahaan Konvensional

1.	Tujuannya	:	Mengorientasikan keuntungan
2.	Kenaggotaannya	:	Terbuka hanya untuk para penanam modal tertentu
3.	Kewenangan tertinggi	:	Keputusannya mengenai cara investor (penanam modal) dari modal tertinggi
4.	Tingkat hutang bunga atas modal tidak terbatas (keuntungan makasimal)	:	
5.	Pemungutan suara	:	Investor dapat memiliki lebih dari satu suara, tergantung pada modal yang di investasikan mereka
6.	Pengawasan dilakukan oleh investor sesuai dengan proporsi jumlah yang di investasikan oleh	:	

investor dalam bisnis

7.	Pemilik	:	Penanam modal adalah pemilik
8.	Struktur manajemen	:	Atas – Bawah
9.	Manfaaat	:	Penanam modal menerima bagian laba, sebagai hasil dari yang ditanamkannya.

Persamaan koperasi dengan perusahaan (badan usaha lainnya), yaitu hubungannya sebagai kegiatan usaha yang otonom dan harus bertahan dalam persaingan pasar, sehingga dapat menciptakan usaha "efisiensi ekonomis" dan "kemampuan hidup keuangannya"

BAB III
DIGITALISASI UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi mikro yang bersentuhan langsung dengan praktik ekonomi masyarakat, terutama yang berskala ekonomi kecil dan menengah. Hadirnya pandemi COVID-19 membuat masyarakat menyadari bahwa UMKM menjadi salah satu solusi bagi kebutuhan sehari-hari, karena tidak melibatkan sektor industri atau kerja sama dengan luar negeri. Tidak salah jika UMKM menjadi salah satu harapan besar untuk memulihkan sistem perekonomian masyarakat atau bahkan perekonomian Indonesia. Kegiatan UMKM di masa pandemi COVID-19 menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi perkembangan perekonomian Indonesia. Tantangan yang ada saat ini adalah diperlukan solusi jangka pendek untuk membantu para pelaku UMKM menghadapi berbagai kendala kebijakan pemerintah dengan sebaik-baiknya, sedangkan peluang yang ada saat ini dapat dimaknai sebagai proyek pemerintah yang dapat dengan mudah mendesain kegiatan ekonomi UMKM. Tentunya kemudahan-kemudahan tersebut selalu beradaptasi dengan kemajuan teknologi (Arifqi, 2021).

Menurut laporan *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD), adanya pandemi telah berdampak pada ancaman krisis ekonomi di banyak negara yang ditandai dengan terganggunya kegiatan produksi, berkurangnya tingkat konsumsi masyarakat dan hilangnya kepercayaan konsumen. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan salah satu yang sektor yang terdampak pandemi COVID-19. Banyak pelaku ekonomi yang gulung tikar untuk sementara waktu, konsumsi masyarakat yang tidak dapat diandalkan dan semakin terkendala, serta arus kas yang terkendala (Baker & Judge, 2020).

Sistem ekonomi yang lebih kuat diperlukan untuk meminimalkan krisis ekonomi. Tenaga kerja profesional juga dibutuhkan. Jika keduanya kuat, mereka dapat dengan mudah mengatasi tantangan pengembangan keterampilan. Menguasai teknologi digital dan Internet khusus sangat

penting bagi UMKM untuk bertahan dalam persaingan bisnis (Purwana et al., 2017).

Di saat teknologi terus berkembang pesat, pemasaran digital telah menjadi salah satu alternatif pemasaran yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha. Banyak bisnis yang mulai beralih dari model pemasaran tradisional (*offline marketing*) dan beralih ke pemasaran modern (*digital marketing*) yang dapat mengurangi biaya dan tenaga kerja. Di sisi lain, masyarakat sebagai konsumen mulai menyadari bahwa digitalisasi akan mengubah kebiasaan konsumsi mereka. Metode pemasaran digital memudahkan mereka untuk mempelajari berbagai produk yang ditawarkan. Pemasaran digital sudah mulai digunakan oleh para pebisnis baik di tingkat makro maupun mikro, jenis pemasaran ini cenderung lebih banyak menggunakan media elektronik (internet) sebagai lahan untuk memasarkan produknya (Arifqi, 2021).

A. Tantangan Dan Strategi Pengembangan Umkm Era Digitalisasi

Perkembangan teknologi memungkinkan untuk berinovasi, sehingga memudahkan akses pengunaan Internet yang cepat dan murah. Namun, faktor permodalan, akses pasar untuk produksi, dan sumber daya manusia masih menjadi hambatan bagi UMKM untuk berpartisipasi dalam proses ekonomi digital. Era Revolusi Industri 4.0, dimana model bisnis dan model persaingan telah berubah, tetapi sistem ekonomi masyarakat juga telah berubah, menciptakan lingkungan ekonomi baru di mana teknologi digital berperan (Afenya Millicent Selase, 2019).

Digitalisasi yang memanfaatkan teknologi digital dalam bentuk Internet dalam TIK, merupakan salah satu bentuk Revolusi 4.0 yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang yang ada. Teknologi meningkatkan konektivitas dan interaksi antara manusia, mesin, dan sumber daya lainnya. Dunia dengan cepat bergerak menuju sistem ekonomi yang didasarkan pada

inovasi yang berkelanjutan dan meluas, yang sangat bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi, dan telekomunikasi adalah bagian penting darinya.

Bentuk adaptasi sektor ekonomi terhadap perkembangan ini adalah terbentuknya ekonomi digital, sebuah bentuk inovasi di bidang ekonomi. Penggunaan teknologi digital dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas dalam penjualan, terutama di sektor bisnis termasuk UMKM (Rodriguez., *et al*., 2015). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dapat menggunakan berbagai macam strategi untuk tetap bertahan dalam bisnis, yaitu melakukan penjualan melalui *e-commerce*, pemasaran produk dengan menggunakan teknologi digital (*digital marketing*), peningkatan kualitas produk serta kualitas dan jenis layanan.

Transformasi digital tidak hanya tentang teknologi baru yang digunakan dalam bisnis, tetapi juga tentang kesederhanaan proses rekayasa ulang model bisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Marlinah, 2020). Kebijakan pemerintah berupa pembatasan interaksi sosial di luar ruangan menyebabkan perubahan perilaku dan kebutuhan konsumen yang lebih mengutamakan penggunaan teknologi digital sebagai sarana interaksi. Hal ini menjadi faktor yang mempercepat transformasi digital. Selain itu, kemajuan teknologi digital dan persaingan yang ketat di pasar juga turut mendorong percepatan transformasi digital.

Tingkat penetrasi yang hanya sebesar 3,5% menghadirkan banyak tantangan bagi UMKM di Indonesia. Oleh karena itu, sangat penting untuk menciptakan kondisi untuk pengembangan bisnis di masa depan untuk meningkatkan kualitas UMKM. Penguatan ekonomi Indonesia saat ini menuntut sektor UMKM untuk memainkan peran penting (Budiato, 2018). Kementerian Koperasi dan UMKM (Kemenkop UMKM) berupaya mengembangkan UMKM digital dengan membuat program Pahlawan Digital UMKM, yang mengajak para inovator muda untuk mendukung digitalisasi UMKM. Tujuan dari program ini

adalah untuk meningkatkan penjualan dan mendukung ekosistem digital.

Strategi pengembangan digital UMKM yang dimiliki oleh Kementerian Koperasi dan UMKM;

1. Pertama, Mempersiapkan para pelaku bisnis UMKM untuk meningkatkan sumber daya manusia. Sejatinya, Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan bagian penting dalam pengembangan UMKM di era digital. Kurangnya teknologi digital dan pengetahuan tentang jejaring sosial membuat UMKM sulit untuk beroperasi. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah harus paham dan tahu cara menggunakan *marketplace*, aplikasi, dan media sosial.
2. Kedua, Keterlibatan peserta UMKM dalam meningkatkan proses bisnis yang diimplementasikan dalam berbagai program. Pengetahuan tentang teknik pemasaran sangat penting. Namun, para peserta UMKM juga membutuhkan literasi keuangan. Dengan adanya literasi keuangan, para peserta UMKM dapat menjaga bisnis mereka tetap terorganisir, terutama dalam hal utang piutang (Susanti, 2021). Literasi keuangan mencakup prosedur akuntansi yang memungkinkan peserta UMKM memahami dan memelihara pencatatan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan SAK (ETAP) untuk menghindari hambatan kualitas laporan keuangan (Pitryani, 2020)
3. Ketiga, Mendorong sinergi antara Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang atau Jasa Pemerintah (LKPP) dan Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dengan tujuan untuk memperluas akses pasar. Melalui kemitraan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang atau Jasa Pemerintah dengan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, pelaku UMKM juga dapat menjadi produsen atau distributor barang dan jasa pemerintah.
4. Keempat, Pemilihan pahlawan lokal untuk UMKM, dimana ada beberapa kriteria Pahlawan Lokal UMKM. Kriteria pahlawan lokal UMKM ini adalah memiliki merek

yang kuat, pemicu yang menyatukan usaha mikro dan kecil, serta bertindak sebagai fasilitator bagi mereka yang ingin berpartisipasi dalam platform digital atau kegiatan ekspor.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah dalam mengembangkan digitalisasi UMKM melalui strategi empat langkah agar dapat mencapai tujuan awal. Selain itu, terdapat langkah strategis lainnya seperti menggandeng para pemangku kepentingan dalam bentuk dunia usaha dan perguruan tinggi untuk berperan dalam UMKM agar transformasi digital UMKM dapat segera dilakukan. Dengan mempercepat transformasi digital, generasi milenial dapat berpartisipasi dalam arena kewirausahaan digital, di mana mereka dapat menciptakan inovasi untuk mencari sumber pendanaan bagi *start-up* UMKM. Dengan cara ini, sinergi yang mendorong transformasi digital UMKM dapat tercapai dengan lebih cepat.

Melakukan perubahan UMKM dari tradisional ke digital merupakan perubahan besar, tetapi UMKM memiliki tantangan uniknya sendiri. Seiring dengan melakukan digitalisasi dan teknologi terhadap usahanya, pelaku UMKM akan menghadapi banyak tantangan terkait transformasi digital UMKM. Mari kita lihat tantangan utama yang memperlambat digitalisasi UMKM dan cara mengatasinya secara efektif, yaitu:

1. **Perubahan Dalam Layanan Pelanggan.** Saat ini, setiap bisnis didasarkan pada pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan atau produk. Loyalitas pelanggan juga terbentuk berdasarkan pengalaman positif yang mereka dapatkan ketika menggunakan merek komersial. Pelanggan menghargai manfaat yang mereka dapatkan dari produk dan layanan yang mereka gunakan. Aktivitas berbasis pengalaman pelanggan sekarang meluas ke toko online dan offline. Sebagian besar perusahaan percaya bahwa layanan pelanggan akan menjadi cara paling penting untuk membedakan diri mereka dari pesaing

mereka. Mengubah layanan pelanggan *offline* menjadi *online* akan menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku UMKM. Ibarat kembali ke sekolah, pelaku UMKM perlu belajar dan memahami teknologi yang mereka gunakan untuk mendukung kegiatan bisnis mereka. Tidak semua orang akan langsung menguasai teknologi tersebut, sehingga setiap pelaku usaha tentu membutuhkan jangka waktu yang berbeda untuk menguasai digitalisasi UMKM. Namun, saat ini telah tersedia sejumlah workshop dan pelatihan UMKM yang dapat membantu para pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan proses digitalisasi UMKM.

2. **Infrastruktur Digital Kurang Memadai**. Dalam kondisi normal, konektivitas internet akan menjadi infrastruktur yang sangat penting. Infrastruktur digital perlu diperluas untuk mendukung aktivitas sehari-hari karena masyarakat sekarang sudah sepenuhnya terdigitalisasi. Namun, kenyataannya, ketimpangan internet masih terjadi di Indonesia karena penyebaran infrastruktur jaringan internet yang tidak memadai. Hal ini juga menjadi kendala utama dalam proses digitalisasi UMKM, karena tidak semua orang memiliki akses ke internet. Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah pusat dan daerah harus meningkatkan infrastruktur digital di seluruh negeri, terutama di daerah-daerah yang jauh dari kota besar, karena di masa pandemi seperti ini, koneksi internet yang cepat akan menjadi salah satu layanan yang penting. Pada saat yang sama, usaha kecil, menengah, dan mikro dapat memperkuat basis layanan bisnis mereka, merencanakan digitalisasi usaha kecil, menengah, dan mikro dengan hati-hati, dan mempersiapkan perubahan dalam proses bisnis online.
3. **Adaptasi Layanan Usaha secara *Omnichannel***. Pelanggan dapat berpindah dari satu saluran ke saluran lainnya saat melakukan transaksi pembelian. Mereka memeriksa situs web perusahaan, mencari halaman media sosial, dan

bahkan membaca rekomendasi produk dan layanan di Internet. Dikenal sebagai pembeli *omnichannel*, pelanggan ini merambah setiap bisnis dan industri secara global. Seiring dengan beralihnya UMKM ke dunia digital, tren pelanggan omnichannel akan terus berkembang. Jika bisnis UMKM hanya mengandalkan penjualan langsung dan tidak memiliki kehadiran digital yang kuat, hal ini dapat membuat pelanggan potensial menjauh dari UMKM. Tawarkan beberapa saluran penjualan secara bersamaan, mengubah UMKM Anda menjadi toko serba ada untuk layanan pelanggan yang mulus dari semua titik kontak. Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat memperluas jangkauannya dengan mulai berjualan di *platform marketplace* melalui situs *web* UMKM dan sarana digital lainnya seperti media sosial dan aplikasi pengiriman. Tanpa jenis adaptasi ini, setiap UMKM berisiko kehilangan sebagian besar pelanggannya. Meskipun mengadopsi pendekatan *omnichannel* tidak selalu mudah, hal ini sepadan dengan investasi dan usaha yang dikeluarkan.

4. **Adaptasi Dengan Perubahan**. Tantangan lain dari transformasi digital adalah mengikuti perkembangan teknologi terbaru dan, di sisi lain, mempertahankan volume transformasi yang terjadi secara internal. Memprediksi perkembangan teknologi membutuhkan banyak waktu dan ketekunan untuk mempelajari teknologi. Alih-alih menganggap teknologi itu rumit, mulailah menerima bahwa teknologi menciptakan peran baru untuk melengkapi manajemen UMKM. Tantangan untuk mengikuti tren teknologi sangat besar, tetapi satu-satunya cara untuk tetap berada di depan adalah dengan berinvestasi dalam strategi digital dan mempertahankan pola pikir kepemimpinan yang gesit.
5. **Transaksi Pembayaran *Online* Masih Dianggap Sulit Diadakan**. Pemerintah terus mendorong masyarakat untuk beralih ke transaksi non-tunai karena penggunaannya mengurangi kontak fisik. Perubahan tren

dari pembayaran tunai ke non-tunai telah mengubah metode pembayaran yang digunakan masyarakat. Hal ini juga akan mempengaruhi proses digitalisasi UKM yang harus siap menerima pembayaran non-konvensional. Menerima pembayaran secara online tampaknya menjadi penghalang yang signifikan bagi banyak pemilik UMKM. Namun sebenarnya, jika ingin bisnis UMKM sukses, seharusnya pelaku UMKM menawarkan cara pembayaran yang cepat dan mudah kepada pelanggan. Saat ini, ada banyak platform penyedia pembayaran online dan prosesnya mudah diikuti, seperti pembayaran *Auto Debit* maupun *Credit*.

B. Digital Marketing.

Pemasaran digital berkembang pesat karena peningkatan penggunaan internet, hal ini didukung oleh kehadiran *smartphone*. Namun, penggunaan digital marketing belum diterima secara luas oleh para pebisnis, terutama di kalangan bisnis kecil dan menengah. Oleh karena itu, perlu mengetahui dan memahami strategi dan jenis-jenis digital marketing.

Pemasaran digital merupakan istilah umum yang digunakan untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuan utama pemasaran digital adalah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi, dan meningkatkan lalu lintas penjualan melalui berbagai teknik pemasaran digital. Istilah lain dari pemasaran digital adalah pemasaran online atau pemasaran internet. Digital marketing sebenarnya hampir mirip dengan pemasaran pada umumnya, namun yang membedakannya terletak pada alat yang digunakan.

Banyak pengusaha yang telah memanfaatkan dunia pemasaran digital yang digunakan untuk memasarkan produk mereka. Salah satu bentuk pemasaran digital yang menggunakan media elektronik atau internet adalah internet

marketing (*e-marketing*). Internet sebagai media untuk proses pemasaran menggunakan teknologi komunikasi elektronik. Peran strategi pemasaran digital sangat penting untuk mengikuti perkembangan teknologi digital dan mengembangkan rencana untuk menarik konsumen dengan cara menggabungkan komunikasi elektronik dan tradisional (Febriyantoro dan Arisandi, 2018). Terdapat 2 (dua) jenis pemasaran digital, yaitu *push marketing* dan *pull marketing*.

Perbedaan utama antara *push marketing* dan *pull marketing* adalah bagaimana cara melakukan pendekatan terhadap konsumen. *Push marketing*, adalah dengan mengemukakan ide dalam mempromosikan produk dan membuat produk tersebut, sehingga produknya tersedia bagi konsumen. Jika melakukannya, perhatikan tampilan penjualan toko dan daya tarik pembeli. Sementara itu, dalam *pull marketing*, idenya adalah untuk membangun loyalitas dan menarik konsumen untuk membeli produk. Contohnya seperti *Porsche* dan *Lamborghini*. Kedua merek ini membutuhkan lebih banyak publisitas karena konsumen akan mendatangi mereka.

1. *Push Marketing*. *Push marketing* adalah taktik atau strategi promosi yang digunakan oleh pemasar untuk membuat merek atau produk yang mereka kelola untuk menjangkau pelanggan. Strategi yang umum dilakukan adalah menjual langsung ke pelanggan melalui *showroom* perusahaan dan bernegosiasi dengan *peritel* untuk menjual produk mereka, atau membuka gerai. Untuk tujuan ini, pengecer sering kali menerima insentif penjualan khusus dengan imbalan mata uang atau produk untuk meningkatkan visibilitas mereka. Contoh promosi penjualan dapat dilihat pada pendekatan yang dilakukan oleh *department store* yang menjual parfum atau penjual obat kepada dokter. Produsen parfum sering menawarkan insentif penjualan kepada toko serba ada untuk mempromosikan produk mereka kepada pelanggan. Strategi ini bekerja dengan sangat baik untuk merek-merek baru yang belum mapan

atau untuk beberapa koleksi merek baru yang membutuhkan promosi tambahan. Seringkali aroma parfum yang ditawarkan kepada banyak konsumen untuk memberi mereka pengalaman pertama dan baru dengan produk tersebut. Asumsinya, eksperimen tersebut dibuat karena mereka tidak mengetahuinya sampai sekarang.

2. *Pull Marketing*, *Pull marketing* mengambil pendekatan yang berlawanan, dimana tujuan dari pemasaran tarikan adalah untuk membawa pelanggan ke merek. Strategi penjualan yang umum termasuk promosi media massa, promosi dari mulut ke mulut yang ditargetkan, dan penjualan iklan. Dari perspektif bisnis, pull marketing adalah upaya untuk membangun loyalitas merek dan loyalitas pelanggan, sedangkan pemasaran insentif lebih untuk penjualan jangka pendek. Contoh pull marketing yang sering ditemui adalah dengan mempromosikan sebuah merek atau produk melalui kampanye pemasaran dengan iklan. Gerakan pemasaran ini membutuhkan biaya iklan yang besar, seperti pemasaran mainan anak-anak. Pertama, perusahaan mengiklankan produk tersebut. Kemudian anak-anak dan orang tua melihat iklan tersebut dan ingin membeli mainan tersebut. Ketika permintaan meningkat, pengecer mulai mencoba menangkap pangsa pasar untuk produk di dalam toko. Pada saat yang sama, perusahaan berhasil menarik pelanggannya. Dari perspektif bisnis, pemasaran tarikan adalah upaya untuk membangun loyalitas merek dan loyalitas pelanggan, sedangkan pemasaran insentif lebih kepada penjualan jangka pendek. Contoh *pull marketing* dapat ditemui setiap saat, seperti mempromosikan sebuah merek atau produk melalui kampanye pemasaran dengan iklan.

Digital marketing adalah cara yang harus ditempuh oleh pelaku UMKM untuk bertahan di tengah gempuran gelombang ketatnya persaingan usaha. Pelaku UMKM harus memahami media yang sering digunakan untuk mempromosikan produknya. *YouTube, Facebook, Instagram,*

Twitter, dan lainnya adalah media sosial yang sering digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk. Selain itu, pemasaran digital juga bisa menggunakan marketplace seperti *Gojek, Grab atau Shopee*. Materi pemasaran digital yang disebutkan akan terus berkembang agar dapat dipahami oleh para pelaku UMKM.

Pemasaran digital (*digital marketing)* memungkinkan UMKM untuk lebih mudah memberikan informasi dan berkomunikasi langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan visibilitas dan meningkatkan penjualan UMKM. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang telah menggunakan pemasaran digital mengatakan, bahwa pemasaran digital menjadi strategi pemasaran utama dan toko fisik hanya akan menjadi pelengkap. Hal ini terjadi karena pemasaran digital dapat dengan mudah dan kuat menjangkau lebih banyak konsumen. Pernyataan menunjukkan perlunya mendorong para pelaku UMKM untuk mencoba hal-hal baru, seperti pemasaran digital. Hal ini bertujuan untuk dapat terus mengembangkan bisnis mereka dengan membuat akun media sosial dan mengadakan promosi secara teratur atau bekerja sama dengan pasar untuk mendapatkan kembali kepercayaan diri dalam memasarkan produk dan mengasah kreativitas. Menggunakan pasar sebagai sarana penjualan produk UMKM bertujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan omzet. Peningkatan omzet dikaitkan dengan berkurangnya biaya operasional ketika sarana digital digunakan (Santoso, 2020).

Ketika menggunakan media sosial sebagai pintu masuk untuk mencapai pemasaran digital (*digital marketing)* dan memasarkan produk, kita harus memperhatikan peraturan pemasaran, agar dapat menjaring konsumen sebanyak mungkin dan memfasilitasi transaksi. Maskarto (2021) mengatakan, bahwa langkah untuk memenangkan persaingan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang mencapai tujuan dalam hal kualitas, harga, dan daya saing produk yang dihasilkan. Berikut adalah beberapa

strategi pemasaran digital yang dapat dilakukan oleh UMKM dengan menggunakan media sosial:

1. **Konten yang menyenangkan dan interaktif** :
   a. Foto dan video produk dalam jumlah besar di akun media sosial. Algoritma media sosial dirancang untuk meningkatkan trafik akun media sosial yang tinggi, sehingga posting foto dan video produk secara intensif akan membantu menghubungkan UMKM dengan target konsumen di media sosial. Penggunaan media sosial juga disesuaikan dengan segmen produk yang dimiliki.
   b. Dengan menggunakan *Facebook, Instagram, YouTube, Twitter*, dan *Google* dimana para pelaku UMKM dapat dengan mudah mengakses iklan tersebut melalui media sosial. Menggunakan iklan media sosial (*advertising*), meskipun membutuhkan biaya pada awalnya, namun keuntungan yang didapatkan cukup signifikan, bahkan bisa jauh lebih banyak dari uang yang dikeluarkan. Sejatinya, penggunaan iklan dapat menjangkau konsumen dengan cara yang lebih terarah berkat kriteria yang telah kita identifikasi sebelumnya, mulai dari usia, kota asal, profesi, jenis kelamin bahkan akun yang sering dilihat oleh target konsumen.
   c. Membuat dan memposting video pemasaran produk untuk disiarkan melalui akun media sosial, atau melakukan promosi produk untuk penjualan secara langsung agar dapat dilihat oleh konsumen yang mengikuti pelaku UMKM di media sosial. Strategi ini jika dijalankan dengan benar dan konsisten akan memberikan dampak positif bagi bisnis yang sedang berjalan.
   d. Libatkan konsumen dalam pemilihan produk yang kita jual (jenis, warna, model), mengedukasi dan mempromosikan kualitas produk perusahaan secara efektif di jejaring sosial. Selain itu, menggunakan teks yang kreatif, seperti menggunakan tulisan hipnotis

(*hypnowriting/copywriting*) dengan menggunakan *hashtag* (#) yang sesuai dengan produk akan memudahkan konsumen untuk menemukan produk tersebut. Hal ini akan membangun *brand awareness* dan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang mereka cari.

2. **Mempelajari perkembangan konten pemasaran (*marketing*)**, *E-commerce* berkembang sangat pesat di Indonesia sehingga kebiasaan belanja masyarakat bergeser ke belanja online (*online shopping)*, sehingga menimbulkan masalah baru, dimana berdampak terhadap toko-toko ritel di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini, yang berakibat bisnis ini sebagian besar bisnis ritel sudah tidak beroperasi (Suswanto dan Setiawati, 2020). Mengingat pentingnya konten di media sosial, mesin pencari (*search engine* atau *market place*) yang harus menjadi fokus utama para pelaku UMKM. Masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya konten pemasaran untuk mendukung pemasaran digital. Konten adalah fondasi dari strategi dan penting untuk membangun *brand awareness* dan meningkatkan *traffic* media sosial.
3. **Mengembangkan *mobile marketing*,**Jumlah pengguna *smartphone* semakin hari semakin meningkat. Hal ini membuat konten pemasaran dengan aplikasi *mobile* menjadi sedah keharusan bagi pelaku UMKM, sehingga UMKM dapat berkembang setelah memiliki banyak pelanggan setia. Konten pemasaran (*marketing*) untuk aplikasi *mobile* dapat berupa produk yang dicari konsumen, promosi, atau fitur belanja produk. Oleh karena itu, pelaku UMKM secara bertahap harus membuat atau mengembangkan *website* dan *blog*.
4. **Pengintegrasian** *digital marketing*, Media sosial dan konten unggulan memainkan peran penting dalam hasil pencarian. *Google* menciptakan *Google*+ dengan beberapa tujuan dan manfaat, salah satunya untuk menangkap sinyal sosial melalui media digital. Untuk itu, UMKM

harus memastikan bahwa setiap kampanye pemasaran digital menjangkau konsumen secara terintegrasi melalui berbagai media sosial, sehingga konten pemasaran terdistribusi secara optimal. Konten media sosial menautkan atau mengunggah konten yang sama di media sosial lain, khususnya *Instagram, Facebook, dan Twitter*, dalam format yang sesuai dengan media sosial yang digunakan. Indika dan Jovita (2017) menyatakan bahwa iklan dari mulut ke mulut dan media sosial secara elektronik membantu memasarkan dan menjangkau konsumen dengan lebih cepat dan dengan harga yang lebih murah.

5. **Pemasaran berkesinambungan**, Menggunakan pemasaran digital dapat menciptakan pemasaran yang berkelanjutan. Inilah yang dinanti-nantikan oleh UMKM. Kenyataannya adalah bahwa apa pun yang ditemukan secara *online* melalui media sosial dan dicari melalui *Google* membutuhkan SEO (pengoptimalan mesin pencari) yang konsisten, pembuatan konten, dan pemasaran untuk memasukkan semuanya ke dalam pemasaran berkelanjutan yang terus memberikan nilai bagi UMKM.
6. **Efektifitas pemasaran personalisasi**, Karena kejenuhan pengguna media ini, efek pemasaran dari media tradisional seperti Koran dan televisi semakin buruk. Informasi atau konten yang diberikan tidak diarahkan kepada konsumen yang dicari. Sesuaikan iklan, dimana pengguna media sosial, situs *e-commerce, email*, dan pemasaran di situs *web*, sehinga dapat mengetahui yang telah mengunjungi toko *online* untuk pertama kali dan kemudian berkunjung lagi. Pengunjung tersebut mungkin telah terdaftar sebelumnya, karena sudah mempunyai rekam jejak. Email yang masuk akan dilakukan tindak lanjut atau dipersonalisasi terkait dengan produk yang dikunjungi oleh konsumen saat berbelanja *online*. Jaringan (*Web*) akan menangkap kebiasaan konsumen, seperti membaca data lintasan penelusuran konsumen, dan

kemudian menyajikan informasi yang relevan. Tren ini didorong oleh teknologi yang menggunakan *big data* yang terkait erat dengan strategi pemasaran digital, sehingga dapat meningkatkan efektivitas pemasaran para pelaku UMKM. Para pelaku UMKM perlu memahami hal ini agar dapat semakin memperkuat posisinya.

7. **Kelebihan** penggunaan *digital marketing* bagi pelaku UMKM, yaitu:
   a. Kemampuan untuk menghubungkan produsen dan konsumen melalui dunia maya. Pemasaran digital menghubungkan tanpa harus bertatap muka, atau bahkan mengetahui siapa yang menghubungi konsumen. Ini adalah jalur rekam jejak digital di mana data konsumen akan disimpan untuk kemudian dikelola oleh pelaku UMKM.
   b. Hasilkan tingkat penjualan yang lebih tinggi karena penggunaan pemasaran digital mengurangi kendala jarak dan waktu. Konsumen tidak perlu menghabiskan waktu mengunjungi toko secara langsung, cukup melambaikan jari dan dapat langsung membeli produk.
   c. Biaya pemasaran digital jauh lebih ekonomis daripada beriklan di media lain seperti media cetak, televisi, atau radio. Dengan biaya yang lebih rendah, pemasaran digital bisa lebih menguntungkan daripada menggunakan iklan di media lain.
   d. Pemasaran digital memungkinkan penjual untuk melayani pelanggan mereka secara *real time*. Hubungkan usaha kecil, menengah, dan mikro ke konsumen melalui *smartphone* kapan saja, di mana saja. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah tidak perlu berada di satu tempat atau sering berada di toko untuk melayani pelanggan.
   e. Keuntungan yang menghasilkan nilai nominal lebih besar dari biaya promosi yang dikeluarkan. Ini adalah salah satu hal terpenting yang bisa Anda dapatkan dari peserta UMKM menggunakan pemasaran digital.

Menggunakan iklan dengan harga terendah dapat menghasilkan keuntungan berkali-kali lipat.

f. Membantu para pelaku UMKM untuk memantapkan posisi brand di mata brand atau kompetitor lain, karena semakin banyak trafik yang membeli produk tersebut maka otomatis brand tersebut di internet akan semakin tinggi.
g. Membantu para pelaku UMKM untuk bersaing dengan perusahaan besar tanpa modal atau *space* yang besar.
h. Memberikan kesempatan yang lebih besar bagi UMKM untuk melakukan *branding* produknya agar lebih dikenal dan mendapat tempat di hati konsumen.

Strategi digital marketing dipandang sebagai solusi bagi para pelaku UMKM untuk menghadapi persaingan di era perkembangan teknologi informasi, hal ini dikarenakan beberapa keunggulan digital marketing yaitu:

1. Pelaku UMKM yang menggunakan digital marketing diharapkan belajar dan berpikir teknologi secara terbuka setiap saat, sehingga terus berkembang. Pengguna digital marketing perlu mempertimbangkan media yang tepat dan cara yang tepat untuk mengkomunikasikan segmen pasar yang dipilih agar pemasaran digital lebih efektif dan tidak menyesatkan.
2. Selain pemasaran digital, UMKM juga perlu memperhatikan kualitas produk. Bentuk peningkatan kualitas produk yang dapat dilakukan adalah pengendalian mutu atau QA (*quality assurance*) yang lebih detail dan memastikan produk bersih dan aman. Selain itu, pelaku UMKM perlu menyesuaikan keawetan produk dan pengemasan karena semakin banyak mereka menjual maka keberlangsungan produk dan pengemasan perlu ditingkatkan.

C. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM.

Perkembangan teknologi, dunia digital dan internet yang begitu pesat tentu saja juga berdampak pada dunia pemasaran. Tren pemasaran global bergerak dari tradisional (*offline*) ke digital (*online*). Strategi pemasaran digital ini lebih progresif karena memungkinkan calon konsumen untuk mendapatkan berbagai informasi produk dan melakukan transaksi melalui internet. Pemasaran digital adalah kegiatan promosi dan riset pasar yang dilakukan dengan menggunakan media digital secara online dengan berbagai cara seperti media sosial. Dunia maya tidak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, tetapi juga menghubungkan orang dengan orang lain di dunia.

Hal ini didukung oleh kebutuhan masyarakat akan informasi menjadi semakin kompleks, dan media sosial dapat digunakan sebagai media pemasaran untuk mendukung kegiatan bisnis, mempromosikan dan meningkatkan fungsi komunikasi publik. Manfaat pemasaran digital bagi bisnis dan UMKM antara lain adalah kemampuan untuk berinteraksi dengan konsumen secara online dengan mudah, meningkatkan tingkat konversi penjualan target konsumen, biaya pemasaran yang lebih ekonomis, melayani konsumen secara real time dan berpotensi meningkatkan tenaga penjualan UMKM (Brian, 2019).

Pemasaran digital umumnya mencakup pemasaran interaktif dan pemasaran dalam aplikasi, yang memfasilitasi interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, pemasaran digital memudahkan pelaku bisnis untuk memantau dan memenuhi segala kebutuhan calon konsumen; di sisi lain, calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk dengan menjelajahi dunia maya, sehingga memudahkan proses pencarian. Pembeli kini dapat mengambil keputusan membeli berdasarkan hasil pencarian dengan lebih mandiri. Pemasaran digital dapat menjangkau semua orang, di mana pun mereka berada, tanpa batas geografis dan waktu.

Gambar 1: Aktivitas Belanja Online – Januari 2021
Sumber:
https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021

Grafik di atas menggambarkan bahwa pada Januari 2021, hingga 93% pengguna Internet Indonesia mencari barang atau jasa secara *online*, 87,3% menggunakan beberapa perangkat untuk mengakses toko *online*, dan 78,2% menggunakan beberapa perangkat (*laptop* dan perangkat *mobile*), 87,1% pengguna bertransaksi melalui komputer *desktop* atau *laptop*, dan 79,1% pengguna bertransaksi online melalui *smartphone*. Penjelasan di atas menunjukkan bahwa potensi belanja *online* cukup berkembang di Indonesia dan perlu diimbangi dengan pemasaran digital oleh para pelaku bisnis.

Untuk mengikuti tren digitalisasi, para pelaku bisnis perlu memiliki kemampuan baru, seperti penggunaan pemasaran digital, dan transformasi dari sistem pemasaran tradisional ke pemasaran modern secara perlahan-lahan telah terjadi di berbagai bisnis. Kemudahan komunikasi dan

transaksi merupakan pilar dari pemasaran digital, dapat diakses kapan saja/real time di mana saja di seluruh dunia, yang membantu orang dengan mudah melihat dan mendapatkan informasi produk di *Internet*, sehingga konsumen dapat dengan mudah memesan dan antar produk (Febriyantoro dan Arisandi, 2018).

Beberapa manfaat dari penggunaan pemasaran digital antara lain menghubungkan bisnis dengan konsumen di *internet*, menghasilkan penjualan yang tinggi, mengurangi biaya pemasaran, memungkinkan layanan secara *real time*, dapat menjangkau konsumen dengan menggunakan perangkat seluler, mempertahankan posisinya terhadap pesaing, membantu bisnis bersaing dengan perusahaan-perusahaan terkemuka di dunia, dan mempersiapkan diri menghadapi era IoT (*internet of things*).

Menurut penelitian McKinsey, hanya sekitar 30% perusahaan Indonesia yang menggunakan perangkat digital untuk mengembangkan bisnis mereka (Supriadi, 2016). Melihat hal ini, dapat disimpulkan bahwa potensi pemasaran digital di Indonesia masih sangat besar. Usaha mikro, kecil, dan menengah memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia, terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan rumah tangga untuk mendukung pendapatan rumah tangga. Dalam konteks kelesuan ekonomi saat ini, kehadiran UMKM diharapkan dapat mendorong perekonomian. Penggunaan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (*digital marketing*) memberikan harapan bagi pengembangan UMKM sebagai pusat kekuatan ekonomi.

Era digital memang tidak bisa dihindari, karena menurut pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan bahwa pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital jika ingin bertahan (Maulana, 2017). Perkembangan teknologi digital telah memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara *online* dan bertransaksi melalui sistem *e-banking*. Media sosial

adalah salah satu alat pemasaran digital yang paling mudah digunakan. Sebelum perusahaan memiliki situs *web*, tidak jarang ditemukan bahwa mereka mulai memasuki dunia maya melalui media sosial, terutama di pasar seperti Indonesia.

Hal ini dapat mendorong perkembangan kewirausahaan dan pengembangan UMKM yang berkelanjutan. Selain murah dan tidak memerlukan keahlian khusus pada saat peluncuran awal, media sosial juga dapat menarik calon pelanggan secara langsung. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika para pebisnis lebih memperhatikan penggunaan media sosial dibandingkan dengan pengembangan website.

Para pelaku UMKM ini menghadapi kendala masih minimnya pengetahuan dalam pemasaran digital dan perdagangan elektronik (*e-commerce*). Potensi pemanfaatan digital marketing mengharuskan masyarakat melek teknologi, sehingga sosialisasi dan pelatihan penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sangat diperlukan. Pihak terkait perlu mengedukasi pelaku UMKM tentang pemanfaatan *digital marketing*, sehingga mereka dapat pengetahuan dan pemahaman serta dapat menginspirasi manfaat teknologi internet dan media sosial sebagai alat untuk menjalankan usahanya.

D. Digital Marketing dan Urgensi Konten Kreatif

Jumlah konsumen mengalami penurunan selama pandemi COVID-19, sehingga para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) perlu mempresentasikan produknya dengan baik dengan menerapkan ide-ide kreatif dan inovatif untuk menarik minat konsumen. Sebagai pelaku UMKM, mereka hanya bisa fokus pada perkembangan digital karena kemajuan teknologi tidak bisa dihindari (Muzdalifah, 2020).

Pandemi COVID-19 menghadirkan peluang bagi UMKM untuk memanfaatkan perkembangan digital secara maksimal guna meningkatkan kualitas interaksi dengan konsumen dan menciptakan lingkungan yang mendukung ekosistem ekonomi digital yang kuat. Konten kreatif merupakan bagian yang sangat penting dalam ekosistem ekonomi digital. Karena dalam ruang digital, konten kreatif merupakan media persaingan yang paling penting dalam pasar digital (Kalalembang, 2020).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah diharapkan dapat merancang konten kreatif secara mandiri atau melalui pelatihan tambahan. Tanpa konten kreatif, akan sulit bagi UMKM digital untuk bertahan dalam persaingan pasar. Memahami karakteristik media sosial menjadi tugas pelaku UMKM untuk menentukan konten kreatif apa yang relevan dengan kebutuhan pasar. Warga internet sangat tertarik dengan konten kreatif (Arianto, 2015). Konten yang dibuat berasal dari jasa dan produk yang dimiliki oleh UMKM yang dapat mendukung pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan. Namun, dari segi pemasaran jasa dan produk, perkembangan UMKM digital di Indonesia secara nyata masih terhambat.

Pembatasan yang dihadapi selama pandemi COVID-19 juga terkait dengan pengelolaan produk, mulai dari proses pengemasan dan branding hingga pemasaran, dan masih banyak UMKM yang mempromosikan dan menawarkan produk setelah produk tersebut diproduksi, sehingga

mengurangi daya tarik bagi konsumen (Bakhri, 2020). Untuk mengatasi hal ini, diperlukan bantuan untuk membentuk kemasan produk dan jasa agar dapat menarik perhatian konsumen. Selain itu, pelaku UMKM perlu memahami pemasaran digital untuk memasarkan produk mereka melalui langkah-langkah berikut;

1. Pertama, posting foto dan video secara intensif di media sosial. Media sosial yang Anda gunakan harus sesuai dengan jenis produk yang Anda miliki.
2. Kedua, buatlah video pemasaran dan tunjukkan melalui demo produk secara langsung. Jika strategi ini dilakukan dengan cara yang tepat, maka dapat memberikan dampak positif bagi bisnis yang sedang berjalan.
3. Ketiga, saat memilih produk, UMKM yang berpartisipasi dapat melibatkan konsumen sehingga mereka memiliki kesempatan untuk fokus pada kualitas produk di akun media sosial mereka, yang akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih produk, merek, dan membeli produk atau layanan dari UMKM.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah harus selalu berpikir kritis tentang perkembangan teknologi agar pemasaran digital berhasil. Agar pemasaran dapat berjalan dengan efektif dan pasar tidak melakukan kesalahan, penting bagi UMKM untuk memikirkan cara yang tepat. Sarana komunikasi yang tepat, agar tidak kehilangan target pasar yang diharapkan, juga dapat membuat pemasaran berjalan dengan efektif.

E. Undang-Undang Cipta Kerja dan Digitalisasi UMKM

Kesederhanaan yang dijelaskan dalam Undang-Undang Cipta Kerja No. 11 tahun 2020, yang disetujui pada tanggal 2 November 2020, bahwa undang-undang tersebut sebagian besar ditujukan untuk investor asing dan perusahaan besar, dengan mengabaikan perlindungan bisnis, lingkungan, dan sumber daya alam. Namun, ada juga pihak yang mendukung UU Cipta Kerja, dengan alasan bahwa UU tersebut akan meningkatkan minat masyarakat untuk memulai usaha, terutama bagi UMKM.

Ketika Undang-Undang Cipta Kerja mulai berlaku, Undang-Undang ini mengubah, mencabut, atau memperkenalkan aturan baru mengenai berbagai hukum dan peraturan dalam bisnis. Kebijakan ini bertujuan untuk mempercepat pengembangan strategi negara dengan memberikan kerja sama dan bantuan, dukungan, insentif dan pengembangan kepada UMKM, meningkatkan modal dan memfasilitasi bisnis dan investasi legal untuk menciptakan lapangan kerja. Selain itu, Program Pengembangan Kebijakan UMKM bertujuan untuk melindungi dan mendukung koperasi dan UMKM. Oleh karena itu, UU Cipta Kerja dimaksudkan sebagai kebijakan penciptaan lapangan kerja, perlindungan dan pengembangan, kerja sama dan dukungan UMKM dalam Pasal 4C.

Undang-undang ini juga memperkenalkan perubahan terkait digitalisasi dimana pemerintah pusat dan daerah harus membangun sistem terpadu untuk pendataan dan informasi UMKM. Selain itu, pemerintah juga perlu melakukan digitalisasi dengan memberikan insentif untuk sumber daya manusia, anggaran, tempat, dan infrastruktur. Oleh karena itu, dengan berlakunya UU Ketenagakerjaan, UMKM tidak hanya dilindungi oleh hukum, tetapi juga tanggung jawab untuk menyediakan informasi digital dan integrasi untuk UMKM dan menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Untuk mendukung proyek digitalisasi UMKM, pemerintah melalui Undang-Undang

Cipta Kerja, memberikan izin usaha kepada perusahaan yang berpartisipasi dalam sistem Aplikasi Tunggal Online (*Online Single Submission/OSS*). Kemudian pemerintah melakukan pelatihan dan pendaftaran secara online dan offline untuk pelaku UMKM.

Bank Indonesia mengatakan lalu lintas *e-commerce* melonjak 25% pada tahun 2020 dari tahun sebelumnya, dengan pasar online mencapai 205,5 triliun rupiah. Selain itu, pada tahun 2021, Bank Indonesia mencatat pertumbuhan pesat dalam transaksi *e-commerce* yang mencapai Rp.401 triliun. Perubahan perilaku konsumen ini telah berkontribusi pada pesatnya pertumbuhan keuangan digital sekaligus meningkatkan ekspektasi dan pilihan konsumen untuk bertransaksi secara digital. Hal ini pada dasarnya menjustifikasi keberadaan UU Ketenagakerjaan yang dipandang sebagai perbaikan bagi berbagai sektor terutama UMKM termasuk dunia bisnis digital. Perkembangan transaksi *e-commerce* juga diperkirakan akan terus tumbuh sebesar 31,2% hingga mencapai Rp 526 triliun pada tahun 2022.

Bank Indonesia dalam datanya menjelaskan bahwa transaksi *e-commerce* melonjak 25% pada tahun 2020, sehingga bisnis *e-commerce* diperkirakan akan terus menanjak pada tahun 2021. Faktor pendorongnya salah satunya adalah perubahan perilaku konsumen di masa pandemi ini. Diharapkan juga dengan adanya UMKM trafik yang dialihkan ke kanal *online* akan penuh. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan undang-undang ketenagakerjaan lebih berdampak positif.

Dari sisi pemberdayaan tenaga kerja, perkembangan bisnis *e-commerce* telah memberikan dampak yang signifikan terhadap jumlah lapangan pekerjaan yang disediakan setiap tahunnya. Hal ini tidak hanya dirasakan oleh bisnis *e-commerce* tetapi juga oleh industri terkait seperti logistik, pemasar digital, *fintech*, dll. Di saat yang sama, hal ini juga memberikan kemudahan bagi usaha kecil dan mikro yang

berpotensi besar untuk berwirausaha dan berjualan secara *online*.

Pelonggaran persyaratan lebih nyaman untuk UMKM, misalnya dengan tidak melampirkan persyaratan agunan ketika mengajukan kredit, tetapi hanya menggunakan aktivitas bisnis mereka sebagai jaminan untuk aplikasi pinjaman. Hal ini diatur dalam Pasal 93 Undang-Undang Ketenagakerjaan; usaha kecil dan mikro dapat digunakan sebagai jaminan untuk pinjaman proyek. Dukungan aset tanpa jaminan ini sangat penting dalam upaya membangun UMKM yang berkelanjutan dan menghindari kredit macet (NPL) akibat kegagalan bisnis UMKM.

BAB IV

ANALISIS DAN PENCATATAN TRANSAKSI UMKM

A. Pencatatan Transaksi UMKM

Pencatatan transaksi penjualan adalah kegiatan pencatatan semua transaksi yang berhubungan dengan kegiatan penjualan. Transaksi yang umumnya dicatat meliputi kas, pembelian (kas dan kredit), penjualan (kas dan kredit), piutang dan pembayaran. Mencatat semua transaksi penting untuk menyiapkan laporan keuangan tahunan.Basu dan Waymire (2006) mengatakan, pencatatan transaksi (*recordkeeping*) merupakan dasar dan awal dari kegiatan akuntansi. Pencatatan terjadi ketika satu orang melakukan beberapa transaksi dengan pihak yang berbeda dan tidak semua transaksi yang terjadi diingat. Karena transaksi dengan counterparty harus berdasarkan kepercayaan, hal ini dimungkinkan dengan mencatatkan transaksi sebagai bukti yang sah dan tidak terbantahkan.

Waymire (2009) juga mengatakan bahwa persyaratan akuntansi UMKM tidak dapat dihindari, sehingga proses pencatatan menjadi penting. Secara khusus, Waymire mengatakan pencatatan transaksi memudahkan pengusaha UMKM untuk menghitung keuangannya. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat dengan mudah memahami kondisi keuangannya, apakah sedang beruntung, pulang pokok (*break event*), atau dalam kondisi merugi. Dengan mencatat setiap transaksi, UMKM dapat dengan mudah memahami potensi bisnisnya.

Catatan transaksi memberikan informasi kepada pengguna yang memungkinkan mereka untuk menentukan apakah bisnis mereka menghasilkan keuntungan atau kehilangan uang (merugi), sehingga mereka dapat melihat bagaimana bisnis mereka berjalan. Pencatatan transaksi ini juga dapat digunakan sebagai dasar untuk menghitung pajak. Selain itu, lembaga keuangan resmi juga akan mensyaratkan item ini jika UMKM yang berpartisipasi membutuhkan dana tambahan. Untuk memperoleh semua informasi tersebut, UMKM perlu melakukan pencatatan transaksi secara berkala.

Kepatuhan pelaporan keuangan UMKM dicapai melalui pencatatan dan pelaporan. Catatan diperlukan untuk menentukan tren kinerja bisnis sehingga dapat digunakan untuk memantau kesehatan operasi bisnis. Di sisi lain, buku besar adalah item dengan kegunaan yang berbeda tergantung pada tujuannya, seperti penjualan, pembelian, arus kas masuk dan keluar, pembayaran gaji, dan pengeluaran lainnya. Dalam pelaporan keuangan terdapat unsur-unsur:

1. Catatan penjualan, yaitu catatan semua transaksi penjualan. Ini dirancang untuk membantu karyawan dan manajer dengan mudah membuat laporan penjualan yang digunakan untuk menentukan laba yang dihasilkan, yang merupakan salah satu elemen dari laporan laba rugi.
2. Kwitansi harus mencerminkan semua transaksi pembelian barang untuk dijual, dan fungsinya untuk mengetahui harga pembelian/perolehan barang.
3. Catatan persediaan/stok yaitu mencatat persediaan/stok yang dipotong dari pengeluaran barang yang diterima. Catatan ini digunakan oleh karyawan dan manajemen untuk mengidentifikasi produk dengan mudah.
4. Penerimaan kas yaitu semua pendapatan termasuk penjualan. Berguna untuk mengecek posisi keuangan suatu perusahaan.
5. Catatan pembayaran mengacu pada catatan semua biaya yang dikeluarkan dalam penarikan uang tunai untuk keperluan bisnis, termasuk pembayaran hutang kepada debitur.
6. Catatan biaya gaji yang digunakan untuk mencatat penggajian karyawan dan digunakan oleh manajer/direktur untuk menentukan penggajian.
7. Berhati-hatilah dengan pengeluaran lain seperti retribusi pasar, tagihan listrik, dan pengeluaran lain yang dikeluarkan dalam operasi sehari-hari. Pengelolan UMKM masih menggunakan metode pencatatan sederhana.

B. Pemahaman Akuntansi UMKM

Indonesia masih sangat bergantung pada pertumbuhan sektor UMKM, yang merupakan penggerak utama perekonomian negara (Hanggraeni, *at., al.*, 2017). Bersama dengan koperasi, UMKM merupakan salah satu pilar perekonomian Indonesia. Terlihat jelas dari data bahwa mayoritas UMKM di Indonesia mampu menghadapi krisis global. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terbukti mampu bertahan dari krisis di Indonesia, seperti krisis ekonomi tahun 1997-1998 dan krisis ekonomi global tahun 2008 (Rudiantoro dan Siregar, 2012). Jumlah UMKM dan usaha kecil semakin meningkat setiap tahunnya. Perkembangan UMKM baru hanya bisa dilihat dari angka. Secara keseluruhan, hanya segelintir UMKM, khususnya secara finansial, yang mengalami kemajuan dalam hal kinerja keuangan. Padahal, pelaku UMKM belum menyadari pentingnya mengelola keuangan usaha mereka.

Akuntansi UMKM adalah pelaporan keuangan yang dilakukan oleh pelaku UMKM sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah. Akuntansi UMKM sangat berguna untuk menggerakkan UMKM, sehingga UMKM dapat naik kelas. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah bisnis yang sangat berkembang di Indonesia dan di seluruh dunia. Siklus akuntansi UMKM membantu pemilik usaha menjalankan usahanya. Menerapkan siklus ini tidak hanya akan membantu pelaku UMKM untuk mencatat arus keuangan bisnisnya, tetapi juga akan membantu pelaku UMKM dalam merencanakan masa depan bisnisnya.

Dokumen keuangan berfungsi sebagai alat manajemen bisnis dan manajemen keuangan merupakan aspek penting dalam kemajuan bisnis. Pengelolaan keuangan dapat dilakukan melalui akuntansi, yaitu proses sistematis menghasilkan informasi keuangan untuk digunakan dalam pengambilan keputusan oleh penggunanya. Selama UMKM tetap menggunakan uang tunai sebagai alat tukar, maka

akuntansi harus dilakukan oleh UMKM. Akuntansi akan memberikan manfaat yang berlipat bagi UMKM, antara lain: (1) UMKM dapat memahami kinerja keuangan usaha, (2) UMKM dapat memahami, mengelompokkan dan membedakan antara usaha dan aset pemilik, (3) UMKM dapat memahami situasi keuangan sumber daya dan aset serta penggunaannya, (4) UMKM dapat membuat anggaran yang benar, (5) UMKM dapat menghitung pajak, (6) UMKM dapat mengetahui arus kas untuk periode tertentu. Penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM (Yulianthi dan Susyarini, 2017).

Karena pendapatan dihasilkan melalui akuntansi, UMKM harus menyadari bahwa akuntansi penting untuk bisnis mereka. Penggunaan akuntansi dapat mendukung kemajuan UMKM terutama dalam hal keuangan. Peningkatan laba juga dapat direncanakan dengan menggunakan akuntansi. Dengan perbaikan margin keuntungan, maka perkembanganUMKM akan lebih baik, dan UMKM akan benar-benar menjadi salah satu solusi permasalahan ekonomi Indonesia. Namun, masih banyak UMKM yang belum menggunakan akuntansi untuk mendukung kegiatan usahanya.

Beberapa pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengatakan, meski tanpa pembukuan (akuntansi), bisnis mereka tetap berjalan dengan baik dan menghasilkan keuntungan. Banyak UMKM percaya bahwa usaha mereka berjalan normal, tetapi pada kenyataannya UMKM ini tidak berkembang. Konsekuensi dari tidak menggunakan manajemen keuangan yang baik mungkin tidak terlihat jelas, tetapi bisnis yang seharusnya sukses dapat gagal jika akuntansi tidak digunakan dalam manajemen bisnis (Yolanda, *at., al.,* 2020). Bukti menunjukkan bahwa ketika ditanya tentang jumlah keuntungan yang dihasilkan pada setiap periode, pelaku UMKM tidak dapat mengungkapkan jumlah nominalnya, tetapi dalam bentuk aset berwujud seperti tanah, rumah atau kendaraan. Apalagi aset tersebut

tidak semata-mata berasal dari keuntungan perusahaan, tetapi terkadang disertai dengan aset pribadi. Terkadang aset tersebut juga tidak digunakan untuk bisnis, tetapi untuk penggunaan pribadi, tanpa pencatatan atau pemisahan antara keduanya. Hasilnya adalah kurangnya pemahaman yang jelas tentang evolusi aktivitas bisnis, terutama dalam hal kinerja keuangan.

Pertama-tama, pelaku UMKM tidak menggunakan akuntansi tradisional karena akuntansi dianggap rumit dan tidak penting. Sebagian besar pelaku UMKM akan kesulitan jika menggunakan akuntansi untuk aktivitas bisnisnya. Pelaku UMKM secara finansial memiliki pemahaman tentang proses akuntansi masih rendah dan kesadaran akan pentingnya informasi akuntansi dalam dunia bisnis juga rendah (Rini dan Laturette, 2016). Untuk itu, perlu diadakan suatu kegiatan edukasi kepada pelaku UMKM tentang penggunaan akuntansi untuk pengelolaan keuangan oleh dinas terkait. Pelatihan yang ditawarkan kepada pelaku UMKM adalah pelatihan pengantar singkat tentang Akuntansi UMKM, sehingga menghasilkan penyajian laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi.

C. Proses Akuntansi UMKM

Akuntansi adalah proses yang sistematis, dimana proses akuntansi melibatkan beberapa langkah. Salah satu fungsi penting dari departemen akuntansi adalah membuat atau mengedit persamaan akuntansi berdasarkan data transaksional. Meskipun dimungkinkan untuk menyusun laporan keuangan berdasarkan perbandingan ini, namun terlalu sederhana dan tidak rinci serta masih harus melewati langkah-langkah akuntansi yang wajar (Jmain dan Anggraini, 2019). Langkah pertama adalah pencatatan, yang terdiri dari pencatatan transaksi berdasarkan bukti transaksi. Fase ini meliputi penjurnalan dan pemindah bukuan. Penjurnalan adalah langkah meringkas transaksi dan menentukan posisi debit dan kredit akun terkait. Pemindah bukuan adalah

tindakan memindah bukukan saldo setiap transaksi ke akun yang bersangkutan.

Langkah kedua adalah menyiapkan neraca saldo, mencatat penyesuaian, dan merekonstruksi neraca saldo setelah penyesuaian. Sumber neraca saldo adalah aktivitas akuntansi (pemindah bukuan). Neraca saldo didasarkan pada saldo masing-masing akun di buku besar. Jika tidak ada kesalahan, saldo debit dan kredit di neraca saldo harus selalu sesuai. Koreksi adalah aktivitas mengoreksi transaksi atau memperbaiki catatan ketika terjadi kesalahan. Setelah mengoreksi penyesuaian, kompilasi ulang neraca saldo.

Langkah ketiga adalah menyusun laporan keuangan berdasarkan neraca saldo yang telah disesuaikan. Neraca saldo yang direkonsiliasi dapat disiapkan di samping laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas dan neraca. Laporan arus kas dapat disiapkan langsung pada tahap pertama akuntansi. Arus kas masuk dan keluar langsung segera ditransfer ke laporan arus kas.

D. Pembukuan UMKM

Banyak pengusaha terkemuka menginvestasikan sebagian dari kesuksesan mereka dalam memelihara catatan keuangan dan akuntansi yang akurat. Lacak semua pengeluaran yang dikeluarkan sehingga dapat mengurangi/meminimalisasi biaya atau pengeluaran. Catatan yang baik juga membantu kegiatan administrasi dengan pihak lain, seperti membayar pajak, sehingga akuntansi adalah bagian penting.

Akuntansi/Pembukuan adalah proses pencatatan transaksi keuangan seperti pembelian, penjualan, pendapatan, pengeluaran dan jenis bukti transaksi bisnis lainnya yang dilakukan perusahaan. Akuntansi bukan hanya untuk perusahaan besar, tetapi pelaku UMKM juga membutuhkan akuntansi. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah tidak memerlukan pembukuan yang rumit, dimana pelaku UMKM dapat melakukan pebukuan sederhana tentang

berapa banyak transaksi yang telah mereka lakukan, sehingga dapat diketahui keuntungan maupun kerugian yang diperolehnya. Namun yang menjadi masalah bagi pelaku UMKM adalah masih rendahnya pengetahuan tentang akuntansi maupun keterampilan manajemen keuangan pelaku UMKM khususnya di Indonesia. Jadi, langkah-langkah dalam proses akuntansi UMKM adalah:

1. **Melacak Faktur/Bukti dalam Melakukan Pembukuan**

   Faktur (*invoice*) adalah dokumen pendukung untuk pembukuan dan menyiapkan laporan keuangan perusahaan. Tagihan yang jatuh tempo atau belum dibayar menghambat arus kas perusahaan, sehingga jalannya bisnis yang biasa terganggu. Jadi jangan biarkan pelanggan menunda pembayaran. Untuk menangani hal ini, perlu memastikan bahwa pelanggan tidak memesan barang baru jika mereka belum membayar pesanan lama. Pendekatan lain adalah menetapkan tanggal jatuh tempo untuk setiap pelanggan. Oleh karena itu, jika tenggat waktu tidak terpenuhi, denda dapat dikenakan pada jumlah yang dibayarkan.

2. **Fungsi Bukti Transaksi**

   Dokumen keuangan diperlukan untuk setiap transaksi yang terjadi dalam bisnis. Apakah dokumen transaksi diperlukan dalam proses pencatatan dan apa perannya dalam akuntansi dan bisnis?

   a. Menghindari penyalahgunaan dan pengalihan aset perusahaan.
   b. Ketahui siapa yang bertanggung jawab atas transaksi tersebut.
   c. Sebuah media yang berisi informasi keuangan.
   d. Dasar dan Tata Cara Perlakuan Akuntansi Tersebut.
   e. Mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan pada saat pencatatan transaksi.
   f. Hindari pengumpulan data keuangan yang berlebihan.
   g. Legalitas dan keaslian transaksi yang terjamin.

h. Dokumen yang digunakan untuk memverifikasi transaksi jika terjadi kesalahan di kemudian hari.

Dapat dilihat bahwa pencatatan dokumen transaksi sangat penting untuk bisnis apapun. Setiap transaksi bisnis yang dicatat akan berkontribusi pada penyusunan laporan keuangan pada akhir periode pelaporan.

3. Jenis-Jenis Bukti Transaksi

Menurut bukti sumber transaksi, mereka dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

a. *Bukti Transaksi Internal*, Bukti ini dikeluarkan oleh pihak dalam perusahaan dan digunakan untuk kepentingan internal perusahaan. Sederhananya, itu datang dalam bentuk catatan dari pimpinan atau orang lain. Bagian ini mencakup bukti kuitansi, pengeluaran, dan catatan.

b. *Bukti Transaksi Eksternal*, Sebaliknya, bukti ini mewakili pihak di luar bisnis. Sebagai bukti transaksi eksternal, termasuk kuitansi, faktur, penerimaan kas, memo debit dan kredit, cek, giro, dan laporan bank.

4. Contoh Bukti Transaksi

Beberapa contoh jenis bukti transaksi dirinci di bawah ini:

a. *Bukti Kas Masuk*, Pernyataan bahwa perusahaan telah melakaukan penerimaan uang secara tunai.

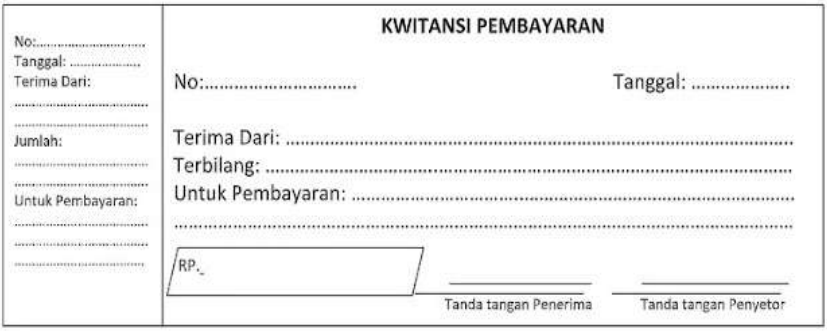
b. *Bukti Kas Keluar*, Pernyataan bahwa perusahaan melakukan pengeluaran uang secara tunai, seperti untuk pembayaran gaji maupun pembayaran utang.

c. *Memo*, Merupakan alat bukti untuk melakukan pencatatan antar bagian di lingkungan perusahaan.

d. *Kwitansi*, Merukan Faktur yang dapat dijadikan sebagai alat bukti penerimaan sejumlah uang atas pembayaran yang dilakukan secara tunai.

Tanda terima diisi dan ditandatangani oleh penerima dan pembayar. Kuitansi biasanya mencakup deskripsi di mana, kapan, dan mengapa pembayaran dilakukan. Untuk membuat tanda terima yang tepat, kini banyak yang menawarkan beberapa contoh template dalam format

Word (doc), Excel (xls), atau pdf, atau dapat diunduh aplikasi tanda terima (kwitansi) gratis. Berikut adalah contoh kwitansi.



No:.....
Tanggal: .....
Terima Dari:
.....
.....
Jumlah:
.....
.....
Untuk Pembayaran:
.....
.....
.....

KWITANSI PEMBAYARAN

No:..... Tanggal: .....

Terima Dari: .....
Terbilang: .....
Untuk Pembayaran: .....
.....

RP.

Tanda tangan Penerima Tanda tangan Penyetor

Sumber: https://www.google.com/search?q=gambar+kwitansi

e. **Faktu**r (*Invoice*)**,** Faktur adalah dokumen yang terdaftar sebagai dokumen pembayaran dalam transaksi kredit. Ada dua jenis dokumen ini: faktur pembelian dan faktur penjualan. Faktur biasanya dikeluarkan oleh penjual kepada pembeli dalam rangkap tiga. Salinan pertama diberikan kepada pembeli, salinan kedua tetap di tangan penjual untuk dilampirkan pada faktur, dan salinan ketiga disimpan dalam buku faktur. Faktur biasanya mencakup informasi tentang penjual, daftar detail barang, tanggal pemesanan, harga, jumlah yang dibayarkan, syarat pembayaran, dan informasi lainnya.

UD Makmur, Surabaya
FAKTUR

Dijual kepada : UD Resmi
Alamat : Surakarta

Tanggal:5 Mei 2006
No Faktur :02/o/06
Syarat Pengiriman:.....
Syarat Pembayaran: .....

No	Keterangan	Unit	Harga Satuan	Jumlah
1	Perlengkapan Salon	10	Rp. 300.000	Rp. 3.000.000
2	Almari	5	Rp. 800.000	Rp. 4.000.000
			Jumlah	Rp. 7.000.000

Dengan huruf:
 # Tujuh juta Rupiah #

Diketahui Bagian Pembukuan

....

Sumber: https://www.google.com/search?q=gambar+faktur

f. **Nota Kontan**, Nota kontan merupakan bukti transaksi yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli yang membayar tunai. Biasanya, sebuah perusahaan menerbitkan dua rangkap nota kontan. Yang pertama tetap dipegang oleh pembeli, yang kedua dengan penjual atau perusahaan.

PT. Cemerlang
Jl. Mawar No 54
Semarang

Semarang, 10 November 2021
No. : 01
Kepada : Maulana

NOTA KONTAN

No.	Nama Barang	Banyaknya	Harga Satuan	Jumlah
1	Set Meja Kursi	2	Rp 1.200.000	Rp 2.400.000,00
2	Rak	5	Rp 500.000	Rp 2.500.000,00
3	Komputer	1	Rp 3.600.000	Rp 3.600.000,00
Total				Rp 8.500.000,00

Hormat kami

Sutomo

Sumber:
https://www.google.com/search?q=gambar+nota+kontan

g. **Nota Kredit**, Nota kredit adalah bukti yang dikeluarkan oleh penjual untuk penerimaan barang dagangan yang dikembalikan. Digunakan oleh penjual untuk mengkonfirmasi permintaan pengurangan harga dari pembeli. Hal ini dikarenakan pembeli telah menerima barang yang rusak atau rusak sesuai pesanan.

Toko HILMI JAYA
Jl. Malaka Raya No. 56
Jakarta Timur

Kepada Tn : PD. Berkah
Jl. Malaka No.56
Jakarta Timur

Nota Kredit
No.1/Thafiz/PJ/XII/2005

Kami telah mengkredit rekening saudara
atas barang yang kami terima sebagai berikut:

No.	Jenis Barang	Banyaknya	Harga Satuan	Jumlah
1	TV POLYTRON	1	Rp 2,100,000.00	Rp 2,100,000.00

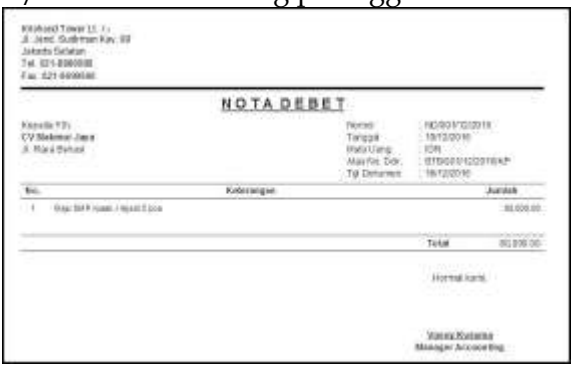
Jakarta, 20 April 2007
Bagian Penjualan

(Irwan)

Sumber:
https://www.google.com/search?q=gambar+nota+kredit

h. **Nota Debit**, Nota Debit adalah bukti transaksi dengan meminta penjual untuk menurunkan harga

dan berisi keterangan bahwa pengiriman barang tidak sesuai dengan pesanan atau rusak. Bukti ini juga merupakan pemberitahuan dari perusahaan yang menginformasikan kepada pelanggan bahwa sejumlah tertentu dan jumlah nosional telah ditarik/debit dari rekening pelanggan.



Sumber:
https://www.google.com/search?q=gambar+nota+debit

i. **Cek**, Instruksi/Surat perintah dari pihak yang memiliki rekening bank kepada pihak bank untuk melakukan pembayaran kepada pihak yang ditunjuk oleh pemegang rekening. Cek tersebut ditandatangani oleh orang yang merupakan pembeli dan disimpan oleh pelanggan ke dalam rekening giro mereka.

Sumber:
https://www.google.com/search?q=gambar+cek+bri

j. **Bilyet Giro**, Instruksi/ Surat perintah oleh nasabah bank untuk mentransfer uang dari rekeningnya di bank tersebut ke rekening penerima pembayaran yang ditentukan dalam perintah pembayaran dari bank yang sama atau bank lain.

Sumber: https://www.google.com/search?q=gambar+bilyet+giro+bri

k. **Rekening Koran**, Tanda terima/Bukti transaksi mutasi kas yang disiapkan oleh bank untuk nasabah dan digunakan sebagai dasar pencatatan rekonsiliasi antara saldo kas perusahaan dengan saldo kas bank.

Sumber: https://www.google.com/Rekening-Koran-BRI.

5. ***Cara Menganalisis Bukti Transaksi Akuntansi***

Proses analisis kegiatan akuntansi memerlukan beberapa langkah agar bukti transaksi akuntansi dianggap sah.

a. **Identifikasi Keabsahan Fisik**, Langkah pertama adalah menentukan keabsahan fisik dokumen. Setiap transaksi yang dilakukan harus memiliki bukti yang dapat diterima oleh kedua belah pihak. Bentuk pembuktiannya sendiri saat ini dapat berupa transaksi digital maupun fisik (cetak). Periksa antara orang dalam dan orang luar jika perlu, karena siapa pun dapat memalsukan bukti yang sangat rumit akhir-akhir ini.
b. **Identifikasi Prosedur**, Langkah kedua adalah menentukan apakah proses negosiasi yang ditetapkan sudah tepat. Pada umumnya setiap proses transaksi memiliki bukti stempel atau tanda tangan dari orang yang melewati setiap tahapan. Jika tidak mengikuti prosedur yang telah ditentukan sebelumnya, mungkin diminta untuk mengulangi prosedur yang telah ditetapkan sebelumnya hingga benar.
c. **Menentukan Kebenaran Nilai**, Setelah bukti fisik dan prosedur ditentukan, langkah terakhir dalam analisis bukti transaksi adalah menghitung biaya transaksi. Dapat melakukan ini dengan memeriksa detailnya satu per satu dan mendapatkan jumlah kesalahannya.
d. **Pisahkan Catatan Piutang dan Utang dalam Melakukan Pembukuan,** Pengelolaan uang/Manajemen keuangan yang tidak tepat adalah salah satu alasan bisnis gagal. Kombinasi dari uang yang dimasukkan pelanggan dan uang yang mereka pinjamkan dapat menciptakan kekacauan dan, jika dibiarkan, menyebabkan krisis keuangan. Oleh karena itu, yang terbaik adalah membedakan antara kedua jenis barang ini. Ini membuatnya lebih mudah untuk melacak apa yang cari. Selain itu juga dapat menemukan apa yang menjadi milik dan juga apa yang menjadi milik bisnis Anda.

e. **Simpan Semua Catatan Keuangan dan Bukti Pendukung Lain,** Laporan keuangan dan dokumen pendukung sangat penting. Calon UMKM harus menyimpan dengan baik semua dokumen yang digunakan dalam pekerjaan sehari-hari mereka untuk referensi di masa mendatang. Untuk mendapatkan gambaran keuangan yang baik, pastikan Anda memiliki laporan bank, laporan laba rugi, neraca, kwitansi, faktur, dll.
f. **Alokasikan Waktu Untuk Mengkaji Pembukuan Secara Rutin,** Menurut pendapat banyak pengusaha, melakukan peninjauan pembukuan/ buku bisnis secara teratur dapat memberi gambaran tentang bagaimana bisnis berjalan. Dengan cara ini dapat mengelola arus kas dan melacak pengeluaran mingguan dan informasi penagihan perusahaan. Ini juga membantu untuk mendeteksi, mengontrol, dan mengevaluasi pendapatan dan pengeluaran serta masalah yang muncul. Salah satu cara untuk melacak semua pengeluaran dan pendapatan adalah dengan kartu kredit. Ya, laporan pengeluaran disimpan secara otomatis.
g. **Gunakan *Software* Akuntansi dalam Melakukan Pembukuan UMKM Jika Diperlukan,** Perangkat lunak (*software*) pembukuan online membuat pembukuan menjadi mudah. Jurnal adalah *software* akuntansi online yang memudahkan pengelolaan laporan keuangan secara instan dan *real time*. Jurnal ini tersedia dan dapat diakses kapan saja, di mana saja dengan koneksi internet. Oleh karena itu, aplikasi akuntansi atau keuangan seperti jurnal ini dapat menjadi solusi yang membantu mengelola pembukuan dengan mudah, cepat, aman, dan nyaman.

E. Analisis Transaksi Dan Pencatatan Akuntansi UMKM

1. Akuntansi dan Laporan Keuangan

Akuntansi didefinisikan sebagai proses sistematis untuk mengubah transaksi menjadi informasi keuangan yang berguna bagi penggunanya (Warsono, 2010). Selama bisnis menggunakan uang sebagai alat tukar barang/jasa, bisnis memerlukan akuntansi. Bisnis menggunakan akuntansi untuk menghasilkan informasi keuangan dalam bentuk laporan keuangan. Perusahaan menggunakan laporan keuangan untuk menentukan berbagai kebijakan. Informasi yang diperoleh dari laporan keuangan adalah sebagai berikut:

a. Kinerja keuangan perusahaan, Laporan laba rugi memberikan informasi tentang laba rugi perusahaan selama periode waktu tertentu.
b. Informasi perubahan modal pemilik perusahaan, Informasi tentang perubahan ekuitas pemilik dapat ditemukan di Laporan Perubahan Ekuitas.
c. Informasi posisi keuangan perusahaan mengenai sumber dan penggunaan dana, Informasi ini disajikan dalam neraca.
d. Informasi pendapatan (kas) dan pengeluaran (kas), Informasi ini dapat ditemukan pada laporan arus kas (*cash flow*).

2. *Elemen Laporan Keuangan*

Unsur-unsur laporan keuangan yang digunakan dalam persamaan akuntansi adalah:

a. Aset: segala sesuatu yang dapat digunakan untuk usaha.
b. Utang: segala kewajiban yang harus dibayar.
c. Modal: setoran pemilik untuk usaha.
d. Pendapatan: segala sesuatu yang kita dapatkan setelah melakukan usaha.
e. Biaya: semua pengeluaran untuk memperoleh pendapatan.

f. Pengembalian modal: pengambilan atau pengembalian sesuatu dari perusahaan untuk atau oleh pemilik.

Aset+ Biaya + Pengembalian Modal	=	Utang + Modal + Pendapatan

Jenis Penggunaan Dana	=	Sumber-Sumber Perolehan Dana

Contoh Persamaan Akuntansi:

Diketahui:

01 Jan. Ibu Anita selaku pemilik menyerahkan uang tunai sebesar Rp. 10.000.000,- sebagai setoran modal ke CV Samudra

Ditanya:

a. Entitas apa saja yang terlibat?
b. Elemen persamaan akuntansi apa saja yang berubah? Bagaimana sifat perubahannya?

Jawaban:

a. Entitas yang terlibat: Perusahaan dan pemilik
b. Elemen Aset dan Modal. Elemen Aset (berupa uang tunai) bertambah Rp10.000.000, dan elemen Modal (berupa modal Ibu Anita) bertambah Rp10.000.000.

No	Tgl	Aset (Rp.)	Biaya (Rp.)	Pengembalian Modal (Rp.)	Utang (Rp.)	Modal (Rp.)	Pendapatan (Rp.)
T	0	(+)			(+)		

01	1/01	95.000.000			95.000.000		

Contoh Laporan Laba/Rugi

SEGALANYA

Laporan Laba/Rugi

Untuk Perioda Januari 20X1 (dalam rupiah)

Pendapatan usaha		xxx
Dikurangi:		
Biaya gaji	xxx	
Biaya penyusutan peralatan	xxx	
Biaya listrik, air, dan telepon	xxx	
Laba (Rugi) Operasional		Xxxx
Ditambah:		
Pendapatan lain-lain		Xxx
Laba (Rugi) bersih		Xxxx

Contoh Laporan Perubahan Ekuitas

SEGALANYA
Laporan Perubahan Ekuitas
Untuk Perioda Januari 20X1 (dalam rupiah)

Pendapatan usaha		xxx
Ditambah:		
Penyetoran Modal Saham Selama Tahun Berjalan		
Penyetoran Kas Sebagai Modal	xxx	
Penyetoran Peralatan Sebagai Modal	xxx	
Total Setoran Selama Periode Berjalan		xxxx
Ditambah:		
Laba Bersih		xxx
Dikurangi:		
Prive (Pengembalian Ekuitas)		(xxx)
Ekuitas Akhir (31 Januari 20X1)		xxxx

Contoh Neraca

SEGALANYA
Neraca
Per 31 Januari 20X1 (dalam rupiah)

Aset		Utang	
Kas	xxx	Utang Usaha	xxx
Piutang Usaha	xxx	Utang Gaji	xxx
Perlengkapan	xxx	Utang Bank	xxx
Biaya Sewa Dibayar di Muka	xxx		
Kendaraan	xxx	Ekuitas	
Peralatan	xxx	Modal Segalanya	xxx
Total Aset	xxxx	Total Utang + Ekuitas	xxxx

Contoh Laporan Aliran Kas

SEGALANYA
Laporan Aliran Kas
Untuk Periode Januari 20X1 (dalam rupiah)

Aliran Kas Dari Aktivitas Operasi	
Kas Diterima Dari Pendapatan	xxx
Kas Diterima Dari Pelunasan Piutang	xxx
Kas Dibayar Untuk Membayar Gaji	(xxx)
Kas Dibayar Untuk Membayar Air dan Listrik	(xxx)
Aliran Kas Dari Aktivitas Operasi	xxxx
Aliran Kas Dari Aktivitas Investasi	
Kas Diterima Dari Penjualan Aset Tetap	xxx
Kas Dibayarkan Untuk Membeli Surat Berhargai	(xxx)
Aliran Kas Dari Aktivitas Investasi	xxxx
Aliran Kas Dari Aktivitas Pendanaan	
Kas Diterima Dari Pinjaman Bank	xxx
Kas Dibayarkan Untuk Angsuran Pinjaman	(xxx)
Aliran Kas Dari Aktivitas Pendanaan	xxxx
Saldo Kas Akhir Periode, 31 Januari 20X1	xxxx

F. Persamaan Akuntansi

Transaksi keuangan dalam akuntansi didasarkan pada persamaan matematika dasar seperti yang ditunjukkan pada persamaan Dana yang dikeluarkan = Dana yang diperoleh. Secara konseptual, dana adalah abstraksi dari apa yang dapat diukur secara finansial. Penting untuk ditekankan di sini bahwa pembiayaan tidak selalu berarti uang. Pendanaan berupa penggunaan benda atau kewajiban (Warsono, 2010). Kegiatan utama perusahaan adalah menerima dana dari berbagai sumber untuk kegiatan operasional perusahaan.

Sumber pendanaan meliputi Hutang (pinjaman dari pemberi pinjaman/kreditur), Ekuitas (dibiayai dari simpanan pemilik, pendapatan/keuntungan dari bisnis, dan sumber selain modal eksternal). Aset (biasa disebut sebagai aset), biaya kognitif, dan pengembalian modal Penggunaan dan sumber dana harus selalu dianggap sama di pihak pemilik, dan ketidakseimbangan berarti ada masalah dengan sumber dan penggunaan dana. Ini terlihat seperti ini:

Jenis Penggunaan Dana = Sumber-Sumber Perolehan Dana

Aset + Biaya + Pengembalian Ekuitas = Utang + Ekuitas + Pendapatan
A + B + PE = U + E + P

Berdasarkan perbandingan ini, mari kita mulai menganalisis transaksi dan menerapkannya pada persamaan sehingga, sehingga dapat diketahui di mana bisnis yang menghasilkan uang dan di mana mereka membelanjakannya.

G. Analisis Transaksi

Pada dasarnya ada dua jenis transaksi: (a) transaksi yang menerima uang/dana dan (b) transaksi yang menggunakan uang. Berdasarkan kedua jenis transaksi tersebut, perhatikan contoh transaksi yang biasa ditemui dalam bisnis berikut ini:

1. Transaksi dimana dana pemilik disetorkan ke perusahaan.
2. Tugas Pembelian.
3. Penjualan.
4. Transaksi Kredit Pihak Ketiga.
5. Aktivitas pembayaran.
6. Keuntungan bisnis pemilik.
7. Pertukaran Barang/Exchange.

Transaksi akuntansi selalu didasarkan pada persamaan akuntansi. Selain itu, Akuntansi didasarkan pada prinsip

bahwa suatu unit usaha adalah usaha/perusahaan yang terpisah dari pemiliknya, sehingga perusahaan tersebut bertransaksi dengan pemiliknya (sumber modal/dananya adalah pemiliknya). Perusahaan seperti perusahaan modal atau perusahaan dalam bentuk dividen/kepemilikan pribadi) juga harus terdaftar/terdaftar.

Transaksi dalam perusahaan mengubah dua atau lebih akun di satu atau beberapa lokasi. Perubahan ini tidak mengubah saldo persamaan akuntansi. Untuk mengilustrasikan hal ini dengan lebih jelas, perhatikan contoh transaksi berikut:

1. Pada tanggal 2 Januari 2020 Ibu Cantik selaku pemilik usaha menyerahkan uang tunai senilai Rp.1.000.000,- dan peralatan komputer senilai Rp. 5.000.000,- ke perusahaan sebagai modal awal perusahaan tersebut.

   Pertanyaan:

   a. Apa yang berubah di perusahaan?
   b. Siapa saja pihak-pihak yang terlibat?
   c. Item (akun) apa yang berubah dan apa sifat perubahannya?

   Jawaban:

   a. Perusahaan mendapatkan uang tunai dan komputer, serta modal pemilik di perusahaan bertambah.
   b. Pihak yang terlibat adalah perusahaan dan pemilik.
   c. Elemen yang berubah adalah aset (kas dan peralatan) bertambah Rp. 1.000.000,- dan Rp. 5.000.000,- serta ekuitas (modal Ibu Sari) bertambah Rp. 6.000.000,-

Perhatikan aplikasi dalam persamaan akuntansi berikut:

Tanggal	A	B	PE	=	U	E	P
2/1/2020	Kas Rp. 1.000.000,- PeralatanRp. 5.000.000,-				Modal Ibu Cantik Rp. 6.000.000		

2. Pada Tanggal 2 Februari 2020 perusahaan membeli sepeda motor dengan kredit senilai Rp. 6.000.000,-
   Pertanyaan:
   a. Apa yang berubah di perusahaan?
   b. Siapa saja pihak-pihak yang terlibat?
   c. Item (akun) apa yang berubah dan apa sifat perubahannya?
   Jawaban:
   a. Perusahaan mendapatkan motor (kendaraan) dan utang perusahaan bertambah.
   b. Pihak yang terlibat adalah perusahaan dan kreditor.
   c. Elemen yang berubah adalah aset (kendaraan) bertambah Rp6.000.000 dan utang (utang usaha) bertambah Rp6.000.000.

Perhatikan aplikasi dalam persamaan akuntansi berikut:

Tanggal	A	B	PE	=	U	E	P
2/1/20 20	Motor Rr. 6.000.00,-				Utang Usaha Rp. 6.000.000,-		

3. Pada Tanggal 3 Maret 2020 pendapatan sebesar Rp. 7000.000,- diperoleh perusahaan dari memberikan jasa kepada pelanggan. Pendapatan sebesar Rp3.000.000 diterima tunai, sisanya akan diterima kemudian.
   Pertanyaan:
   a. Apa yang berubah di perusahaan?
   b. Siapa saja pihak-pihak yang terlibat?
   c. Item (akun) apa yang berubah dan apa sifat perubahannya?

   Jawaban:
   a. Perusahaan mendapatkan kas (penerimaan uang tunai), piutang usaha (pendapatan yang belum diterima), dan terjadinya penambahan pendapatan perusahaan.
   b. Pihak yang terlibat adalah perusahaan dan pelanggan.

c. Elemen yang berubah adalah aset (kas dan piutang usaha) bertambah Rp. 3.000.000,- dan Rp. 4.000.000,- serta pendapatan (pendapatan jasa) bertambah Rp7.000.000,-

Perhatikan aplikasi dalam persamaan akuntansi berikut:

Tanggal	A	B	P E	=	U	E	P
3/1/2020	Kas Rp. 3.000.000,- Piutang Usaha Rp. 4.000.000,-						Pendapatan Rp. 7.000.000,-

4. Pada tanggal 4 April 2020 perusahaan telah mendapatkan pinjaman dari bank (uang tunai) sebesar Rp. 5.500.000,-
   Pertanyaan:
   a. Apa yang berubah di perusahaan?
   b. Siapa saja pihak-pihak yang terlibat?
   c. Item (akun) apa yang telah berubah dan apa sifat perubahannya?

   Jawaban:
   1. Perusahaan memperoleh uang tunai/kas dari utang bank, sedangkan utang perusahaan bertambah.
   2. Pihak yang terlibat adalah perusahaan dan bank.
   3. Elemen yang berubah adalah aset (kas) bertambah Rp. 5.500.000,- dan utang bank bertambah sebesar Rp. 5.500.000,-

Perhatikan aplikasi dalam persamaan akuntansi berikut:

Tanggal	A	B	PE	=	U	E	P
4/1/2020	Kas Rp. 5.500.000,-				Utang Bank Rp.		

					5.500.000 ,-		

5. Pada tanggal 5 Mei 2020 perusahaan melakukan pembayaran gaji karyawan sebesar Rp. 3.000.000,-
   Pertanyaan:
   a. Apa yang berubah di perusahaan?
   b. Siapa saja pihak-pihak yang terlibat?
   c. Item (akun) apa yang telah berubah dan apa sifat perubahannya?
   Jawaban:
   a. Perusahaan membayar gaji karyawan dengan tunai/cash, sehingga terjadinya penambahan biaya gaji dan pengurangan kas perusahaan.
   b. Pihak yang terlibat adalah perusahaan dan karyawan.
   c. Elemen yang berubah adalah biaya gaji (biaya) bertambah sebesar Rp. 3.000.000,- dan kas perusahaan berkurang sebesar Rp. 3.000.000,-

Perhatikan aplikasi dalam persamaan akuntansi berikut:

Tanggal	A	B	PE	=	U	E	P
5/1/2020	Kas Rp. 3.000.000,-	Biaya Gaji Rp. 3.000.000,-					

6. Pada tanggal 6 Juni 2020 pemilik perusahaan mengambil uang dari perusahaan untuk kepentingan pribadi (*prive*) sebesar Rp. 500.000,- Uang yang diambil oleh pemilik tidak dikembalikan lagi ke perusahaan.
   Pertanyaan:
   a. Apa yang berubah di perusahaan?
   b. Siapa saja pihak-pihak yang terlibat?
   c. Item (akun) apa yang telah berubah dan apa sifat perubahannya?
   Jawaban:

a. Uang atau kas perusahaan berkurang, prive pemilik bertambah.
b. Pihak yang terlibat adalah perusahaan dan pemilik.
c. Elemen yang berubah adalah pengembalian ekuitas (prive) bertambah Rp. 500.000,- dan kasa perusahaan berkurang Rp. 500.000,-

Perhatikan aplikasi dalam persamaan akuntansi berikut:

Tanggal	A	B	PE	=	U	E	P
6/1/2020	Kas Rp. 500.000,-		Prive Rp. 500.000,-				

7. Pada tanggal 7 Juli 2020 perusahaan melakukan pembayaran biaya servis AC (biaya servis tersebut gratis dengan melakukan pemasangan iklan "servis AC" di kantor mereka). Biaya servis yang seharusnya dibayarkan tersebut senilai Rp. 100.000,-

   Pertanyaan:
   a. Apa yang berubah di perusahaan?
   b. Siapa saja pihak-pihak yang terlibat?
   c. Item (akun) apa yang berubah dan apa sifat perubahannya?

   Jawaban:
   a. Biaya servis perusahaan bertambah, pendapatan iklan bertambah.
   b. Pihak yang terlibat adalah perusahaan dan tukang servis.
   c. Elemen yang berubah adalah biaya servis (biaya) bertambah Rp. 100.000,- dan kas berkurang sebesar Rp. 500.000,-

Perhatikan aplikasi dalam persamaan akuntansi berikut:

Tanggal	A	B	PE	=	U	E	P
7/7/2020		Biaya Servis					Pendapatan Iklan

		Rp. 100.000,-					Rp. 100.000,-

Selain contoh-contoh transaksi yang dijelaskan, banyak jenis transaksi yang ada di dalam perusahaan. Transaksi untuk setiap jenis bisnis berbeda. Selama tidak mengubah keseimbangan persamaan akuntansi, transaksi apa pun bisa ada atau terjadi di perusahaan. Sebagai ilustrasi, perhatikan ilustrasi berikut:

Ragam Transaksi

Akun Yang Berubah	Sifat Perubahan	Diikuti Oleh Perubahan Akun					
		A	B	PE	U	E	P
Aset/Kas	+	-	-	-	+	+	+
Biaya	+	-	-	-	+	+	+
Pengembalain Ekuitas	+	-	-	-	+	+	+
Utang	+	+	+	+	-	-	-
Ekuitas	+	+	+	+	-	-	-
Pendapatan	+	+	+	+	-	-	-
Aset/Kas	-	+	+	+	-	-	-
Biaya	-	+	+	+	-	-	-
Pengembalain Ekuitas	-	+	+	+	-	-	-
Utang	-	-	-	-	+	+	+
Ekuitas	-	-	-	-	+	+	+
Pendapatan	-	-	-	-	+	+	+

Contoh Persamaan Akuntansi

Transaksi PT SELALU MERDEKA

Persamaan Akuntansi Periode 2020 (dalam rupiah)

Tanggal	A	B	PE	=	U	E	P
	Jenis Penggunaan Dana			=	Sumber Penggunaan Dana		
1/1/2020	10.000			=		10.000	
2/1/2020	2.000 (2.000)			=			
3/1/2020	(1.000)	1.000		=			
4/1/2020	5.000			=			5.000
5/1/2020	(200)		200	=			
6/1/2020	1.500			=	1.500		
7/1/2020	(1.000)	2.000		=	1.000		
8/1/2020		700		=		700	
9/1/2020	6.000			=			6.000
10/1/2020	1.000		500	=			1.500
11/1/2020	4.000			=		4.000	
12/1/2020	7.000 (5.000)			=	2.000		
Total	23.700	3.700	700	=	4.500	14.700	12.500

Catatan: Tanda kurung menandakan akun berkurang. Setiap terjadinya transaksi pada masing-masing tanggal tersebut, tidak akan merubah keseimbangan persamaan akuntansi. Total antara penggunaan dana dan perolehan dana selalu sama.

Pada dasarnya laporan keuangan disusun berdasarkan elemen yang didapatkan dari persamaan akuntansi. Sebelumnya kita telah mengetahui bentuk/format masing-masing laporan keuangan. Sekarang kita mencoba untuk mengetahui laba (rugi), ekuitas akhir, dan posisi keuangan menggunakan rumus sebagai berikut:

Laba Rugi

Laba (Rugi) = Pendapatan (P) – Biaya (B)

Laporan Perubahan Ekuitas

Ekuitas Akhir (31 Desember)	=	Ekuitas Awal (1 Januari) + Laba (Rugi) – PE

Neraca

Aset	=	Utang (U) + Ekuitas (E)

Berdasarkan rumus tersebut diatas, maka dari persamaan akuntansi kita dapat mengetahui jumlah laba (rugi), ekuitas akhir, dan posisi keuangan kita sebagai berikut:

Laba Rugi

Laba (Rugi)	=	Pendapatan (P) – Biaya (B) Rp. 12.500 – Rp. 3.700 Rp. 8.800

Laporan Perubahan Ekuitas

Ekuitas Akhir (31 Desember)	=	Ekuitas Awal (1 Januari) + Setoran Modal Selama Periode Berjalan (Selain Awal Periode) + Laba (Rugi) – PE Rp. 10.000 + (Rp. 700 + Rp. 4.000) + Rp. 8.800 – Rp. 7000 Rp. 22.800

Neraca

Aset	=	Utang (U) + Ekuitas (E)
Total Aset Rp. 27.300		Total Utang + Ekuitas Akhir Rp. 4.500 + Rp. 22.800 Rp. 27.300

BAB V
PERLAKUAN AKUNTANSI BAGI TRANSAKSI UMKM DAN SAK UMKM

Konsep pembangunan ekonomi yang berpusat pada manusia, pemberdayaan dan ekonomi berkelanjutan (*people centered, empowering, and sustainable)* merupakan konsep ekonomi pemberdayaan masyarakat (Saputer dan Susilo, 2016). Pengembangan dan pemberdayaan masyarakat merupakan upaya pemerintah untuk mendukung partisipasi langsung masyarakat dalam kegiatan UMKM. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan usaha yang secara langsung berkontribusi dalam pembangunan ekonomi Indonesia, karena dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan juga menyerap tenaga kerja. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berperan sangat penting dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat dan seringkali menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat (Yuniarti, 2013). Penyerapan tenaga kerja ini juga dapat mengurangi kemiskinan (Indonesia, 2016).

Siswono (2014) menunjukkan bahwa salah satu perusahaan yang bertahan pasca krisis tahun 1997 adalah UMKM. Wirjono dan Raharjono, (2012) menyatakan pandangan yang sama bahwa UMKM dipandang sebagai penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dengan berperan dalam menyerap tenaga kerja. Usaha Kecil, Mikro dan menengah memiliki potensi besar dalam mengembangkan perekonomian negara. Usaha Kecil, Mikro dan menengah perlu didukung adminitrasi yang berkualitas (manajemen mutu), seperti manajemen/administrasi keuangan, sehingga UMKM tumbuh dan berkembang secara baik.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah tidak dapat lepas dari penggunaan akuntansi, yaitu laporan keuangan. Pelaporan keuangan adalah sarana yang paling penting untuk mengkomunikasikan informasi keuangan kepada pihak eksternal (Kieso et al., 2007). Masalah pengelolaan keuangan ini menjadi masalah besar bagi peserta UMKM karena kurangnya pengetahuan peserta UMKM di bidang

akuntansi. Hetika Maheasy (2017) mengatakan bahwa hasil survey yang dilakukannya menunjukkan bahwa peserta UMKM masih lemah dalam menerapkan prinsip akuntansi yang benar, sehingga masih ada sebagian peserta UMKM yang tidak melakukan pencatatan transaksi. Sesuai PSAK No. 1 (Revisi 2009), tujuan pelaporan keuangan adalah untuk memberikan informasi tentang kondisi keuangan hasil operasi perusahaan guna pengambilan keputusan ekonomi.

Akuntansi memainkan peran penting dalam pengembangan UMKM dengan membantu mereka membuat keputusan, mendapatkan dana dari kreditur, dan menyediakan informasi keuangan yang akurat dan tepat waktu sesuai dengan prinsip akuntansi yang ditetapkan. Oleh karena itu, setiap keputusan yang diambil oleh perusahaan UMKM tidak hanya didasarkan pada asumsi, tetapi juga pada situasi keuangan mereka (Irman dan Azani, 2015). Salah satu faktor yang menghambat UMKM dalam menggunakan pencatatan akuntansi yang baik adalah sulitnya menyusun laporan keuangan karena keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki pengetahuan dan keterampilan akuntansi.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah membutuhkan akuntansi untuk menjalankan usahanya, oleh karena itu Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) melalui Dewan Standar Akuntansi Keuangan (DSAK) telah mengembangkan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) untuk UMKM. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) telah disahkan oleh DSAK, dimana SAK ETAP merupakan standar akuntansi yang dapat digunakan untuk entitas tanpa akuntabilitas publik, atau lebih dikenal dengan Standar Akuntansi untuk korporasi tanpa akuntabilitas publik. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) masih dianggap sulit oleh peserta UMKM, oleh karena itu IAI telah mengembangkan standar akuntansi khusus untuk peserta UMKM yang lebih

dikenal dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM).

Standar Akuntansi Keuangan Keuangan Entitas Mikro, Kecil Menengah menjawab kebutuhan pelaporan keuangan UMKM untuk digunakan oleh mereka yang tidak dapat memenuhi persyaratan akuntansi yang diamanatkan oleh SAK ETAP. Standar Akuntansi Keuangan Usaha Kecil dan Menengah diharapkan dapat membantu pelaku UMKM menyusun laporan keuangan yang konsisten dengan persyaratan akuntansi, menghindari kerumitan yang tidak tercakup oleh Standar Akuntansi Keuangan saat ini. Dalam hal ini, SAK EMKM lebih mudah dipahami dan digunakan UMKM dibandingkan SAK ETAP.

A. Pengertian Akuntansi UMKM

Akuntansi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah pelaporan keuangan yang dilakukan oleh usaha kecil sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah. Akuntansi UMKM sangat berguna untuk menggerakkan agar UMKM dapat naik kelas. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan usaha/bisnis yang sangat besar perkembangannya di Indonesia maupun di dunia.

Reeves *et., al.,* (2013) secara umum mendefinisikan akuntansi sebagai "*sistem informasi yang menyediakan laporan kepada pemangku kepentingan tentang aktivitas ekonomi dan kesehatan perusahaan*." *American Institue of Certified Public Accountants* (AICPA). Mene *et., al.,* (2018), akuntansi adalah "*seni mencatat, mengklasifikasikan, meringkas, dan memonetisasi transaksi dan peristiwa secara akurat, seringkali bersifat keuangan, menggunakan metode apa pun, termasuk interpretasi hasil*." Harahap (2015) berpendapat bahwa akuntansi adalah suatu sistem yang dapat digunakan untuk mengubah data transaksional menjadi format pelaporan keuangan. Proses akuntansi untuk menyusun laporan keuangan dimulai dengan mengidentifikasi, mencatat, dan menginterpretasikan bukti tertulis dari transaksi.

Beberapa orang berpikir bahwa akuntansi adalah tentang sistem hitung menghitung, tetapi sebenarnya akuntansi bukanlah pekerjaan yang mudah. Pengetahuan ini sangat berguna dalam aplikasi sehari-hari, terutama dalam kegiatan bisnis. Pembukuan yang tepat dan akurat membantu eksekutif perusahaan lebih memahami keuangan bisnis. Dengan demikian, mereka dapat merencanakan pengeluaran masa depan secara strategis untuk memaksimalkan keuntungan.

Berbekal pengetahuan akuntansi ini, pemilik bisnis dapat mengontrol kelancaran operasi bisnis mereka. Akuntan akan memberi tahu jika bisnis tersebut menguntungkan, apa arus kas, apa aset dan kewajiban bisnis saat ini, dan bagian mana dari bisnis yang dikendalikan.

B. Latar Belakang Regulasi Standar Akuntansi untuk UMKM

UU No 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM, dimana usaha mikro adalah usaha produktif. Usaha kecil adalah usaha milik perorangan atau rumah tangga industri dan niaga perorangan yang memenuhi kriteria usaha kecil, yaitu:

1. Harta yang dimilki hingga Rp. 50.000.000,- (Lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan yang digunakan untuk tempat usaha
2. Maksimum penjualan sebesar Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juga rupiah) setiap tahunnya.

Menurut UU No. 20 Tahun 2008, usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif. Bisnis dioperasikan oleh individu atau badan yang tidak secara langsung atau tidak langsung dimiliki oleh anak perusahaan atau afiliasi perusahaan. Usaha kecil memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Kekayaan bersih kisaran antara Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan yang digunakan untuk usaha.

2. Omset tahunan berkisar dari Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) hingga Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus ribu rupiah).

Menurut UU No. 20 Tahun 2008, usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif. Bisnis/usaha dioperasikan oleh individu atau entitas yang bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi yang dikendalikan secara langsung atau tidak langsung dari suatu perusahaan. Usaha menengah memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Kekayaan Bersih kisaran antara Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) hingga Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan yang digunakan untuk tempat usaha
2. Penjualan per tahunnya kisaran antara Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus ribu rupiah).

Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK-EMKM) diterbitkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dan disetujui oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan (DSAK) pada tanggal 18 Mei 2016. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berlaku untuk entitas publik yang merupakan UMKM berdasarkan pedoman yang ditetapkan dalam SAK-ETAP. Undang-undang yang berlaku juga mengatur standar akuntansi keuangan untuk usaha mikro, kecil dan menengah, sehingga SAK EMKM ini dapat digunakan efektif mulai 1 Januari 2018 (Exposure Draft Standar Akuntansi Keuangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, 2016).

Sesuai ruang lingkup SAK-EMKM, standar yang relevan adalah:

1. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah yang berlaku untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
2. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah yang berlaku untuk usaha entitas yang belum

memenuhi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK-ETAP).

Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (ETAP) mengikuti Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah saat menyusun laporan keuangan. Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik adalah perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan kepada pengguna eksternal tetapi belum memiliki akuntabilitas publik yang signifikan. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah diterbitkan bagi pelaku UMKM sebagai standar pertimbangan dalam penyusunan laporan keuangan, khususnya koperasi, karena beberapa hal yang tidak diatur secara khusus oleh SAK EMKM.

C. Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM

Secara umum, laporan keuangan didefinisikan sebagai laporan yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi, dan laporan perubahan organisasi. Neraca menggambarkan aset, kewajiban, dan ekuitas perusahaan selama periode waktu tertentu. Munawir (2010) menyatakan bahwa laba rugi merupakan pendapatan dan beban usaha selama periode tertentu.

Standar Akuntansi Keuangan EntitasMikro, Kecil dan Menengah tahun 2016 menyatakan bahwa tujuan pelaporan keuangan adalah menyediakan informasi keuangan untuk digunakan oleh pengambil keputusan internal dan eksternal. Pelaporan keuangan juga merupakan tanggung jawab manajemen yang mengelola sumber daya yang dipercayakan. Perusahaan menyajikan laporan keuangan yang berisi informasi berikut:

1. Menyediakan informasi keuangan yang andal tentang sumber daya, liabilitas, dan ekuitas perusahaan.
2. Memberikan informasi keuangan yang andal tentang perubahan sumber daya ekonomi perusahaan sebagai akibat dari kegiatan komersial yang menghasilkan laba.

3. Memberikan informasi keuangan untuk membantu pengguna menilai potensi profitabilitas masa depan bisnis mereka.
4. Laporan keuangan memberikan informasi keuangan untuk membantu pengguna mengevaluasi potensi profitabilitas perusahaan.
5. Laporan keuangan dapat mengungkapkan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan jika diperlukan oleh para pengguna laporan, seperti kebijakan akuntansi dan metode penilaian yang diterapkan oleh perusahaan.
6. Memberikan informasi penting lainnya tentang sumber daya dan kewajiban ekonomi perusahaan, seperti informasi tentang aktivitas keuangan dan investasinya.

Neraca/Laporan posisi keuangan memberikan gambaran yang benar tentang posisi keuangan perusahaan selama periode waktu tertentu karena menunjukkan akun aset, kewajiban, dan ekuitas/modal selain laporan laba rugi bisnis. Laporan laba rugi juga dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu. Selain itu, catatan atas laporan keuangan memuat informasi tambahan yang merinci jenis aktivitas yang dilakukan oleh entitas (dikutip dalam SAK EMKM, 2016).

D. Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai Dengan SAK EMKM

Menurut Standar Pelaporan Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM), laporan keuangan terdiri dari laporan posisi keuangan, laporan laba rugi dan catatan atas laporan keuangan. Laporan posisi keuangan SAK EMKM meliputi aset, liabilitas dan ekuitas. Laporan laba rugi meliputi pendapatan, biaya operasi, beban pajak perusahaan, dan laba kotor atau rugi setelah pajak.

Tabel-X1.

Kerangka konsep laporan posisi keuangan berdasarkan SAK EMKM

Aset			
Aset Lancar	**Catatan**	**20X8**	**20X9**
Kas dan setara kas		xxx	xxx
Kas		xxx	xxx
Giro		xxx	xxx
Deposito		xxx	xxx
Jumlah kas dan setara kas		**xxx**	**xxx**
Aset tetap			
Akumulasi Penyusutan aset tetap		(xxx)	(xxx)
Jumlah aset		**xxx**	**Xxx**
Liabilitas			
Hutang Usaha		xxx	xxx
Hutang Bank		xxx	xxx
Jumlah Liabilitas		**xxx**	**xxx**
Ekuitas			
Modal		xxx	xxx
Saldo Laba		xxx	xxx
Jumlah liabilitas dan ekuitas		**xxx**	**xxx**

Tabel–X1 diatas, memberikan penjelasan tentang akun-akun pada laporan posisi keuangan yang sesuai dengan SAK EMKM. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (2016), aset adalah sumber daya

yang dikelola perusahaan karena peristiwa masa lalu dan perusahaan diharapkan memperoleh manfaat ekonomi di masa depan. Hutang adalah kewajiban perusahaan saat ini dari masa lalu, dan pemenuhannya mengarah pada arus keluar dana dari sumber daya perusahaan dengan manfaat ekonomi. Ekuitas adalah sisa/fresifual kekayaan perusahaan setelah dikurangi semua kewajibannya.

Tabel-X2.
Kerangka konsep laporan laba rugi berdasarkan SAK EMKM
Entitas
Laporan laba rugi

	Catatan	20X8	20X9
Pendapatan			
Pendapatan usaha		xxx	xxx
Pendapatan Lain-lain		xxx	xxx
Jumlah pendapatan		**xxx**	**xxx**
Beban usaha		xxx	xxx
Beban lain-lain		xxx	xxx
Jumlah beban		**xxx**	**xxx**
Laba rugi sebelum pajak penghasilan		**xxxx**	**xxxx**
Beban pajak penghasilan		(xxx)	(xxx)
Laba rugi setelah pajak penghasilan		**xxxx**	**xxxx**

Tabel-X2 diatas menjelaskan bahwa akun laporan laba rugi terdiri dari akun pendapatan dan akun beban. Dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (2016), pendapatan didefinisikan sebagai pendapatan yang diperoleh dalam kegiatan bisnis biasa, dan memiliki berbagai nama seperti penjualan, biaya, bunga, dividen, royalti, dan sewa. Beban termasuk pendapatan yang diperoleh dalam kegiatan usaha normal. Biaya yang masih harus dibayar seperti biaya penjualan, biaya tenaga

kerja, dan penyusutan. Namun, jika Anda adalah produsen, gunakan laporan Biaya Produksi. Laporan ini berfungsi sebagai informasi tentang biaya yang terkait dengan pengelolaan proses manufaktur.

E. Laporan Posisi Keuangan

Akun-akun yang termasuk dalam laporan keuangan meliputi kas dan setara kas, piutang, persediaan, properti, pabrik dan peralatan, utang dagang, pinjaman bank dan ekuitas. Penyajian akun-akun dalam neraca perusahaan harus tepat dan dapat dipahami. SAK EMKM tidak mengatur format dan urutan penyajian akun-akun dalam laporan posisi keuangan. Namun, akun-akun yang disajikan dalam laporan posisi keuangan diklasifikasikan dalam urutan likuiditas, dan giro dalam urutan jatuh tempo.

Tabel-X3
Contoh Laporan Posisi Keuangan UD Cantik Manis
Laporan Posisi Keuangan UD Cantik Manis
Per 31 Januari 2018

ASET		
Aset lancer		
Kas dan setara kas	xxxx	
Piutang usaha	xxxx	
Persediaan	xxxx	
Total aset lancar		**xxxx**
Aset tetap		
Aset tetap	xxxx	
Akumulasi penyusutan aset tetap	(xxxx)	
Total aset tetap		**xxxx**
Total Aset		**xxxx**
Liabilitas		
Hutang usaha	xxxx	
Hutang bank	xxxx	
Jumlah liabilitas		**xxxx**
Saldo laba		xxxx

Total liabilitas	xxxx

F. Laporan Laba Rugi

Akun-akun yang terdapat dalam laporan laba rugi entitas, antara lain; akun pendapatan, beban bunga dan beban pajak. Akun yang disajikan entitas pada laporan laba rugi tersebut harus relevan untuk memehami kinerja keuangan entitas tersebut.

Tabel-X4
Contoh Laporan laba rugi UD Cantik Manis
Laporan Laba Rugi Usaha Sayangan
Periode 31 Januari 2018

Penjualan		**xxxx**
Beban pokok penjualan:		
Biaya bahan baku langsung	xxxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxxx	
Jumlah Biaya Tenaga Kerja		**(xxxx)**
Biaya lainnya:		
Biaya bahan penolong	xxxx	
Biaya total pabrikasi	xxxx	
Jumlah Biaya Lainnya		**(xxxx)**
Laba kotor		**xxxx**
Beban operasi:		
Biaya penyusutan aset tetap		(xxxx)
Laba usaha sebelum pajak		**xxxx**
Beban pajak penghasilan		(xxxx)
Laba bersih setelah pajak penghasilan		**xxxx**

G. Catatan Atas Laporan Keuangan

Catatan atas laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM disusun dan berisi ikhtisar kebijakan akuntansi dan informasi penilaian tambahan yang menjelaskan akun spesifik dari transaksi bisnis yang signifikan. Sementara itu,

informasi dan detail lainnya diberikan tergantung pada kasus yang sedang dipertimbangkan. Catatan atas laporan keuangan adalah sebagai berikut:

1. Pernyataan bahwa laporan keuangan tahunan disusun sesuai dengan SAK EMKM.
2. Ringkasan Kebijakan dan Indikator Akuntansi.
3. Informasi tambahan dan detail yang menjelaskan transaksi signifikan dan material yang membantu pengguna memahami laporan keuangan.

Contoh format Catatan Atas Laporan Keuangan berdasarkan SAK EMKM untuk UMKM, sebagai berikut:

ENTITAS
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN
31 DESEMBER 20x8

1. **UMUM**

   Entitas tersebut didirikan di XXXX berdasarkan akta Nomor xx tanggal 1 Januari 20X9, dibuat dihadapan Notaris, xxxxxxx, S.H., dan mendapatkan persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. xx 20X9 tanggal 31 Januari 20X9. Entitas ini bergerak dalam bidang usaha manufaktur, dimana entitas memenuhi kriteria sebagai entitas mikor, kecil dan menengah sesuai UU Nomor 20 Tahun 2008. Entitas berdomisili di xxxx, Kota xxxxxx.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING

   a Pernyataan Kepatuhan, Laporan keuangan telah disusun sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM).

   b Dasar Penyusunan, Dasar penyusunan laporan keuangan dengan menggunakan biaya historis dan asumsi dasar akrual. Mata uang yang digunakan dalam penyusunan laporan keuangan adalah Rupiah.

   c Piutang Usaha, Penyajian piutang usaha sebesar nilai/jumlah tagihan.

   d Persediaan, Biaya persediaan bahan baku meliputi biaya pembelian dan transportasi. Biaya konversi

meliputi tenaga kerja langsung dan biaya *Overhead,* dimana biaya *Overhead* tetap dialokasikan ke biaya konversi berdasarkan pemanfaatan kapasitas aktual. Entitas ini menggunakan rumus untuk nilai inventaris/persediaan rata-rata.

e Aset Tetap, Pencatatan nilai aset tetap sebesar harga perolehannya, apabila aset tersebut dimiliki secara hukum oleh entitas. Aset tetap disusutkan dengan menggunakan metode garis lurus tanpa nilai sisa/residu.

f Pengakuan Pendapatan dan Beban, Pendapatan penjualan diakui pada waktu tagihan diterbitkan atau waktu barang dikirim kepada pelanggan, sedangkan beban diakui pada saat terjadi.

g Pejak Penghasilan, Pengakuan pajak penghasilan mengikuti ketentuan perpajakan yang berlaku di Indonesia

		20X8	20X7
3	KAS		
	Kas Kecil Jakart – Rupiah	xxx	xxx
4	GIRO		
	PT. Bank XXX - Rupiah	xxx	xxx
5	DEPOSITO		
	PT. Bank XXX - Rupiah	xxx	xxx
	Suku Bunga - Rupiah	4,50%	5,00%
6	PIUTANG USAHA		
	Toko A	xxx	xxx
	Toko B	xxx	xxx
	Jumlah	xxx	xxx
7	BEBAN DIBAYAR DI MUKA		
	Sewa	xxx	Xxx
	Asuransi	xxx	xxx

	Lisensi Perizinan	xxx	xxx
	Jumlah	xxx	xxx

8 UTANG BANK

Pada tangal 4 Maret 200X8, Entitas memproleh pinjaman Kredit Modal Kerja (KMK) dari PT Bank ABC dengan maksimum kredit Rp. xxxx, suku bunga efektif 11% per tahun dengan jatuh tempo berakhir tanggal 19 April 20X8. Pijaman dijaminkan dengan persediaan dan sebidang tanah milik entitas.

9 SALDO AKHIR

Saldo laba merupakan akumulasi selisih penghasilan dan beban, setelah dikurangkan dengan distribusi kepada pemilik.

		20X8	20X7
10	PENDAPATAN PENJUALAN		
	Penjualan	xxx	xxx
	Return Penjualan	xxx	xxx
	Jumlah	xxx	xxx
11	BEBAN LAIN-LAIN		
	Bunga Pinjaman	xxx	xxx
	Lain-Lain	xxx	Xxx
	Jumlah	xxx	xxx
12	BEBAN PAJAK PENGHASILAN		
	Pajak Penghasilan	xxx	xxx

H. Analisis Keuangan Berdasarkan SAK EMKM

Menurut Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro

Kecil dan Menengah, seluruh aset keuangan adalah aset berupa kas, saham di perusahaan lain, dan hak kontraktual untuk menerima kas atau aset keuangan lainnya di perusahaan lain. Tanggung jawab moneter/keuangan adalah kewajiban untuk mentransfer uang atau aset keuangan legal kepada orang lain dalam bentuk kewajiban kontraktual. Ruang lingkup aset dan liabilitas adalah sebagai berikut: (a) kreditur dan debitur (utang dan piutang); (b) pinjaman yang dikeluarkan dan dikeluarkan; (c) investasi obligasi yang dapat diperdagangkan; dan (d) investasi saham yang diperdagangkan secara publik.

Entitas hanya akan mengakui aset dan liabilitas dalam SAK EMKM jika entitas merupakan pihak dalam syarat dan ketentuan aset keuangan dan liabilitas keuangan. Aset dan liabilitas keuangan dinilai sebesar harga perolehan dan harga/biaya perolehan aset dan liabilitas keuangan dinilai sebesar harga transaksi. Berikut adalah contoh harga transaksi untuk aset keuangan dan kewajiban keuangan. (a) Dalam hal pinjaman, harga transaksi sesuai dengan jumlah pinjaman. (b) Untuk piutang dan kewajiban, harga transaksi adalah jumlah tagihan. (c) Untuk investasi pada produk ekuitas dan utang, harga transaksi adalah jumlah imbalan yang diberikan (misalnya uang tunai yang dibayarkan untuk investasi dalam saham yang ditawarkan kepada publik).

Biaya transaksi adalah biaya yang berhubungan langsung dengan harga pembelian aset dan kewajiban keuangan. Biaya transaksi diakui sebagai beban dalam laporan laba rugi. Biaya transaksi merupakan biaya yang dapat diatribusikan secara langsung dengan perolehan aset keuangan dan liabilitas keuangan. Biaya transaksi diakui sebagai beban dalam laporan laba rugi. Misalnya, suatu perusahaan mendapat pinjaman dari bank, dan bank tersebut mensyaratkan pinjaman tersebut dengan biaya tertentu. Biaya pinjaman ini diakui dalam laporan laba rugi oleh entitas/entitas yang bertanggung jawab.

Kas dan setara kas, piutang dan persediaan termasuk dalam kelompok aset lancar. UD "X" memeriksa uang tunai pada saat penerimaan atau pembayaran. Misalnya, pada Januari 2021, UD "X" melakukan transaksi penjualan senilai Rp. 32.000.000 dan biaya produksi dibukukan dalam Rp. 19.000.000. Keuntungan/tunai bersih UD "X" untuk transaksi ini adalah Rp. 13.000.000. Pencatatan yang dilakukan oleh UD "X" adalah:

Tabel-1

Pencatatan pembukuan pada saat menerima kas oleh UD "X"

Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit
29/01/2020	Memperoleh Kas dari penjualan	Rp. 13.000.000	

Pada Tabel-1 dijelaskan bahwa, UD "X" telah melakukan pencatatan dan pengakuan terhadap KAS sebesar harga perolehan. Transaksi diatas, seharusnya dicatat sebagai berikut:

29/01/2020		Kas	Rp. 13.000.000
	Penjualan		Rp. 13.000.000

Penjelasan dari pencatatan di atas adalah bahwa UD "X" memiliki hasil/pendapatan tunai bersih pada saat penjualan sebesar Rp.13.000.000. Oleh karena itu, item KAS di neraca pada kelompok aset. Pada tahun 2017, UD "X" mengadakan perjanjian pinjaman dengan bank dan membebankan biaya tambahan. Biaya administrasi yang diperlakukan sebagai biaya tambahan, tetapi tidak diperhitungkan/dicatat oleh UU "X".

Contoh: 29 Januari 2017 UD "X" melakukan peminjaman uang sebesar Rp. 15.000.000 pada bank dengan bunga 0,5% per tahun. Pinjaman digunakan untuk membeli aset tetap untuk kegiatan usaha. UD "X" mencatat ini sebagai liabilitas biaya/hutang, tetapi UD "X" belum mengakuinya. Di bawah ini adalah pencatatan/registrasi yang disiapkan saat mengambil pinjaman.

29/01/2017	Kas	Rp.15.000.000
	Hutang Bank	Rp.15.000.000

Dijelaskan dalam pencatatan diatas, bahwa pada saat penerimaan pinjaman (hutang) yang diterima secara kas, sehingga kas diposisikan pada debit. Posisi kredit adalah akun hutang, dimana artinya dalam akuntansi adalah posisi hutang bertambah (kredit), sedangkan untuk posisi hutang berkurang diposisikan pada bagian debit.

Pada saat pembayaran angsuran jumlah hutang berkurang, sehingga posisi hutang pada debit dan kas diposisikan pada bagian kredit (kas tersebut berkurang). Selain membayar pokok pinjmanan, UD "X" juga membayar bunga pinjaman tersebut. Bunga pinjaman dicatat dengan akun beban bunga. Akun hutang oleh UD "X" diukur berdasarkan nominalnya, sehingga pencatatan dilakukan berdasarkan biaya historis yaitu sebesar harga perolehan.

I. Perbedaan SAK EMKM dan SAK ETAP

Sebelum SAK EMKM digunakan sebagai pedoman penyusunan laporan keuangan UMKM, Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (perusahaan yang tidak bertanggung jawab kepada publik) atau yang lebih dikenal dengan SAK ETAP digunakan sebagai dasar penyusunan laporan keuangan. Tanpa tanggung jawab publik dan pengungkapan laporan keuangan kepada pengguna eksternal, perusahaan tidak memiliki tanggung jawab publik yang signifikan.

Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) merupakan pedoman bagi

UKM dalam menyusun laporan keuangan. Hal ini juga memfasilitasi proses audit dan pelaporan keuangan berdasarkan SAK ETAP, yang dapat digunakan perusahaan untuk mengajukan pendanaan pengembangan usaha. SAK ETAP juga mudah digunakan dan memberikan informasi yang dapat dipercaya dalam penyampaian laporan keuangan. SAK ETAP menyederhanakan:

1. Tidak memiliki laporan laba rugi komprehensif
2. Aset berwujud, aset tidak berwujud, dan properti investasi dievaluasi hanya sebesar biaya perolehan setelah akuisisi, dan nilai wajar yang ditentukan ulang.
3. Liabilitas dan aset pajak tangguhan tidak diakui. Biaya pajak termasuk dalam jumlah pajak sesuai dengan ketentuan undang-undang perpajakan.

Untuk mendukung pengembangan UMKM, Dewan Standar Pelaporan Keuangan (DSAK) IAI mengesahkan Exposure Draft (Rancangan Pendahuluan) Standar Akuntansi Keuangan UMKM (ED SAK-EMKM) pada 18 Mei 2016 yang berlaku efektif sejak Januari. Dengan disetujuinya ED SAK EMKM pada 1 Januari 2018, standar akuntansi keuangan yang ada di Indonesia dilengkapi dengan tiga standar akuntansi keuangan:

1. Umum berbasis IFRS,
2. SAK ETAP, dan
3. SAK EMKM.

Seperti yang dinyatakan Rahadiansyah (2018), "Masing-masing pilar utama ini merepresentasikan dukungan infrastruktur dalam konteks standar akuntansi keuangan yang mencerminkan sifat fisik sektor bisnis Indonesia." Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM) bertujuan untuk memenuhi persyaratan pelaporan keuangan UMKM dengan pedoman dan standar yang lebih sederhana dari SAK ETAP yang sebelumnya diterapkan pada UMKM.

J. Laporan Keuangan SAK-EMKM

Exposure Draft Standar Akuntansi Keuangan

Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (ED SAK-EMKM) mengatur laporan keuangan sederhana, sekurang-kurangnya mencakup:

a. Neraca (laporan posisi keuangan) pada akhir periode.
b. Laporan laba rugi selama periode.
c. Catatan atas laporan keuangan, yang berisi tambahan dan rincian akun-akun tertentu yang relevan.

Contoh laporan keuangan sederhana menurut ED SAK EMKM seperti berikut:

Neraca (Laporan Posisi Keuangan)

PERUSAHAAN XYZ **LAPORAN POSISI KEUANGAN** **31 DESEMBER 20X1 DAN 20X2**			
	Catatan	20X1	20X2
ASET			
Kas dan Setara Kas			
Kas		xxxx	Xxxx
Giro		xxxx	Xxxx
Deposito		xxxx	Xxxx
Jumlah Kas dan Setara Kas		**xxxx**	**Xxxx**
Piutang Usaha		xxxx	Xxxx
Persediaan		xxxx	Xxxx
Beban Dibayar Dimuka		xxxx	Xxxx
Aset Tetap		xxxx	Xxxx
Akumulasi Penyusutan		(xxxx)	(xxxx)
JUMLAH ASET		**xxxx**	**Xxxx**
LIABILITAS			
Utang Usaha		xxxx	xxxx
Utang Bank		xxxx	xxxx
JUMLAH LIABILITAS		**xxxx**	**xxxx**
EKUITAS			
Modal		xxxx	xxxx
Saldo Laba		xxxx	xxxx
JUMLAH EKUITAS		**xxxx**	**xxxx**
JUMLAH LIABILITAS DAN		**xxxx**	**xxxx**

EKUITAS	

Laporan Laba Rugi

]

PERUSAHAAN XYZ LAPRAN LABA RUGI UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 20X1 DAN 20X2			
	Catatan	20X1	20X2
PENDAPATAN			
Pendapatan Usaha		xxx	Xxx
Pendapatan Lain-lain		xxx	Xxx
JUMLAH PENDAPATAN		**xxxx**	**xxxx**
BEBAN			
Beban Usaha		xxx	xxx
Beban Lain-Lain		xxx	xxx
JUMLAH BEBAN		**xxxx**	**xxxx**
LABA/RUGI SBELUM		**xxxx**	**xxxx**
PAJAK			
Beban Pajak		(xxx)	(xxx)
LABA/RUGI SETELAH		**xxxx**	**Xxxx**
PAJAK			

Catatan Atas Laporan Keuangan

Umum, Uraian tentang obyek umum yang menggambarkan nama suatu perusahaan, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil. Jenis perusahaan yang memenuhi kriteria UMKM berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008.

Ikhtisar Kebijakan Akuntansi

a. Pernayataan Kepatuhan, Menyusun laporan keuangan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM).
b. Dasar Penyusunan, Laporan keuangan disusun berdasarkan biaya perolehan dengan menggunakan

asumsi dasar akrual basis. Penyususunan laporan keuangan menggunakan mata uang Rupiah.

c. Piutang Usaha, Penyajian piutang usaha berdasarkan jumlah tagihan kepada konsumen, dengan asumsi semua piutang dapat ditagih dan tidak memerlukan cadangan kerugian piutang.
d. Persediaan, Pembelian barang dan biaya angkut termasuk kedalam biaya perolehan persediaan. Metode rata-rata digunakan untuk pengalokasian biaya angkut untuk setiap barang yang dibeli.
e. Aset Tetap, Pengakuan nilai aset tetap sebesar harga perolehan yang telah dikurangi dengan nilai akumulasi penyusutan, kecuali tanah. Seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh aset merupakan harga perolehan aset tersebut. Penyusustan menggunakan metode garis lurus yang dihitung berdasarkan masa manfaat aset tersebut, sesuai dengan peraturan Undang-Undang Perpajakan.
f. Pengakuan Pendapatan dan Beban, Pendapatan diakui setelah barang diserahkan kepada konsumen, sedangkan beban diakui pada saat terjadinya sesuai dengan periode yang bersangkutan.
g. Pajak Penghasilan, Pajak penghasilan diukur berdasarkan PP No. 23 Tahun 2018 dan PP No. 46 Tahun 2013.

Kas, Pos ini terdiri dari:

Saldo Kas
Toko "XYZ"
31 Desember 2018

Bank BRI	Rp. xxxxx
Bank BNI	Rp. xxxxx
Bank Mandiri	Rp. xxxxx
Kas ditangan	Rp. xxxxx
Deposito BRI	Rp. xxxxx

Jumlah Rp. Xxxxx

Persediaan, Pos ini terdiri dari:

Saldo Persediaan
Toko "XYZ"
31-Des-18

Kursi Tamu Campur	Rp. xxxxx
Meja Makan	Rp. xxxxx
Kursi Teras	Rp. xxxxx
Ranjang dan Kasur	Rp. xxxxx
Lemari Sudut dan Hias	Rp. xxxxx
Lemari	Rp. xxxxx
Lain lain	Rp. xxxxx
Jumlah	Rp. Xxxxx

Beban Dibayar Dimuka, Pos ini terdiri dari:

Beban Dibayar Dimuka
Toko "XYZ"
31 Desember 2018

Nama	Tanggal	Pembayaran	Masa	Akumulasi	Nilai Buku
Sewa Tanah	25 Sept 2018	Rp. xxxxx	5 Th	Rp. xxxxx	Rp. xxxxx

Aset Tetap, Pos ini terdiri:

Nama	Tahun	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Depresiasi /Tahun	Akumulasi Dep 31 Des 2018	Nilai Buku
Kendaraan	2011	Rp. xxx	8	Rp. xxx	Rp. xxx	Rp. xxx
Bangunan	2012	Rp. xxx	20	Rp. xxx	Rp. xxx	Rp. xxx
Ac Toko	2016	Rp. xxx	8	Rp. xxx	Rp. xxx	Rp. xxx
Kipas Angin	2017	Rp. xxx	8	Rp. xxx	Rp. xxx	Rp. xxx

Kompresor	2017	Rp. xxx	4	Rp. xxx	Rp. xxx	Rp. xxx
Tv	2014	Rp. xxx	4	Rp. xxx	Rp. xxx	Rp. xxx
Lemari	2017	Rp. xxx	4	Rp. xxx	Rp. xxx	Rp. xxx
Total		Rp. xxx		Rp. xxx	Rp. xxx	Rp. xxx

Utang Pajak Penghasilan, PP No. 23 Tahun 2018 tentang PPH yang berlaku mulai dari bulan Juli 2018, bahwa UMKM dengan omset kurang dari Rp. 4.800.000.000,- dikenakan PPh Final sebesaqr 0,5%. PP No. 46 Tahun 2013 tentang pengaturan tarif PPh UMKM, mengatakan bahwa terif 1% dikenakan untuk bulan Januari sampai Juni. Berikut perhitungan Pajak Penghasilan terhutang:

Bulan	Penjualan	Tarif	Pajak
1	Rp xxxx	1%	Rp xxxx
2	Rp xxxx	1%	Rp xxxx
3	Rp xxxx	1%	Rp xxxx
4	Rp xxxx	1%	Rp xxxx
5	Rp xxxx	1%	Rp xxxx
6	Rp xxxx	1%	Rp xxxx
7	Rp xxxx	0,5%	Rp xxxx
8	Rp xxxx	0,5%	Rp xxxx
9	Rp xxxx	0,5%	Rp xxxx
10	Rp xxxx	0,5%	Rp xxxx
11	Rp xxxx	0,5%	Rp xxxx
12	Rp xxxx	0,5%	Rp xxxx
Total			**Rp xxxx**

Saldo Laba, Saldo laba adalah selisih pendapatan dan beban.

Pendapatan, Pos ini terdiri dari:

Akun	Nominal
Penjualan Barang	Rp. xxxxx
Pendapata Sewa	Rp. xxxxx
Jumlah	**Rp. xxxxx**

Beban Pokok Penjualan, Metode perpetual diguanakan untuk menghitung beban pokok penjualan, dimana beban tersebut diakui pada saat terjadinya transakasi.

Beban Usaha, Pos ini terdiri dari:

Akun	Nominal
Beban Utilitas	Rp. xxxx
Beban Pemeliharaan	Rp. xxxx
Beban Gaji	Rp. xxxx
Beban lain-lain	Rp. xxxx
Jumlah	**Rp. xxxx**

Beban Sewa, Pos ini terdiri dari:

Akun	Nominal
Sewa Tanah	Rp. xxxx
Sewa Pameran	Rp. xxxx
Jumlah	**Rp. xxxx**

Laporan keuangan koperasi menurut SAK ETAP

Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) mengatur tentang laporan keuangan, dimana mencakup sekurang-kurangnya:

1. Neraca.
2. Laporan laba rugi.
3. Laporan perubahan ekuitas yang juga menunjukkan: Perubahan modal/ekuitas atau perubahan modal selain yang diakibatkan oleh transaksi dengan pemilik sebagai pemilik.

Contoh Laporan Keuangan yang sesuai dengan

KOPERASI NUSA BANGSA
NERACA
Tanggal 31 Desember 20X2 dan 20X1

Aset	20X2	20X1
Aset lancar		
Kas	XXX	XXX
Bank	XXX	XXX
Surat berharga	XXX	XXX
Piutang usaha	XXX	XXX
Piutang pinjaman anggota	XXX	XXX
Piutang pinjaman non-anggota	XXX	XXX
Penyisihan piutang tak tertagih	(XXX)	(XXX)
Persediaan	XXX	XXX
Beban dibayar di muka	XXX	XXX
Pendapatan akan diterima	XXX	XXX
Aset lancar lainnya	XXX	XXX
Jumlah aset lancar	XXX	XXX
Aset tidak lancar		
Investasi jangka panjang	XXX	XXX
Properti investasi	XXX	XXX
Akumulasi penyusutan properti investasi	(XXX)	(XXX)
Aset tetap		
Tanah	XXX	XXX
Bangunan	XXX	XXX
Mesin dan kendaraan	XXX	XXX
Inventaris dan peralatan kantor	XXX	XXX
Akumulasi penyusutan aset tetap	(XXX)	(XXX)
Aset tak berwujud	XXX	XXX
Akumulasi amortisasi aset tak berwujud	(XXX)	(XXX)
Aset tidak lancar lainnya	XXX	XXX
Jumlah aset tidak lancar	XXX	XXX
Jumlah aset	XXX	XXX

Kewajiban dan ekuitas	20X2	20X1
Kewajiban jangka pendek		
Simpanan anggota		
Simpanan sukarela	XXX	XXX
Simpanan berjangka	XXX	XXX
SHU bagian anggota	XXX	XXX
Utang usaha	XXX	XXX
Utang bank/lembaga keuangan lainnya	XXX	XXX
Utang jangka pendek lain	XXX	XXX
Beban yang masih harus dibayar	XXX	XXX
Pendapatan diterima di muka	XXX	XXX
Jumlah kewajiban jangka pendek	XXX	XXX
Kewajiban jangka panjang		
Utang bank/lembaga keuangan lainnya	XXX	XXX
Kewajiban imbalan pasca kerja	XXX	XXX
Kewajiban jangka panjang lainnya		
Kewajiban kepada pihak lain	XXX	XXX
Jumlah kewajiban jangka panjang	XXX	XXX
Ekuitas		
Simpanan pokok	XXX	XXX
Simpanan wajib	XXX	XXX
Hibah	XXX	XXX
Cadangan	XXX	XXX
SHU tahun berjalan	XXX	XXX
Jumlah ekuitas	XXX	XXX
Jumlah kewajiban dan ekuitas	XXX	XXX

KOPERASI NUSA BANGSA
PERHITUNGAN HASIL USAHA
Untuk Tahun yang Berakhir Tanggal 31 Desember 20X2 dan 20X1

	20X2	20X1
Pelayanan anggota		
Pelayanan bruto	XXX	XXX
Beban pokok pelayanan	(XXX)	(XXX)
Pelayanan neto	XXX	XXX
Pendapatan dari non-anggota		
Penjualan pada non-anggota	XXX	XXX
Beban pokok penjualan	(XXX)	(XXX)
Laba non-anggota	XXX	XXX
SHU kotor	XXX	XXX
Beban operasional		
Beban usaha	XXX	XXX
Beban perkoperasian	XXX	XXX
Beban operasional lain	XXX	XXX
Total beban operasional	(XXX)	(XXX)
SHU operasional	XXX	XXX
Pendapatan dan beban lain		
Pendapatan lain	XXX	XXX
Beban lain	(XXX)	(XXX)
SHU sebelum bunga dan pajak	XXX	XXX
Beban bunga	(XXX)	(XXX)
SHU sebelum pajak	XXX	XXX
Beban pajak penghasilan	(XXX)	(XXX)
SHU setelah pajak	XXX	XXX

KOPERASI NUSA BANGSA

LAPORAN ARUS KAS

Untuk Tahun yang Berakhir Tanggal 31 Desember 20X2 dan 20X1

	20X2	20X1
Arus kas dari aktivitas operasi		
Penerimaan dari pelayanan anggota	XXX	XXX
Penerimaan dari penjualan non-anggota	XXX	XXX
Pembayaran terkait pembelian barang/jasa untuk pelayanan anggota	(XXX)	(XXX)
Pembayaran terkait pembelian barang/jasa untuk dijual ke non-anggota	(XXX)	(XXX)
Pembayaran biaya operasional dan administrasi	(XXX)	(XXX)
Pembayaran biaya bunga	(XXX)	(XXX)
Pembayaran pajak	(XXX)	(XXX)
Pembayaran pos luar biasa	(XXX)	(XXX)
Jumlah arus kas dari aktivitas operasi	XXX	XXX
Arus kas dari aktivitas investasi		
Penjualan surat berharga	XXX	XXX
Penjualan investasi jangka panjang	XXX	XXX
Penjualan properti investasi	XXX	XXX
Penjualan aset tetap	XXX	XXX
Pembelian surat berharga	(XXX)	(XXX)
Pembelian investasi jangka panjang	(XXX)	(XXX)
Pembelian properti investasi	(XXX)	(XXX)
Pembelian aset tetap	(XXX)	(XXX)
Jumlah arus kas dari aktivitas investasi	XXX	XXX
Arus kas dari aktivitas pendanaan		
Penerimaan simpanan pokok	XXX	XXX
Penerimaan simpanan wajib	XXX	XXX
Penerimaan hibah/donasi tunai	XXX	XXX
Penerimaan pinjaman bank	XXX	XXX
Penerimaan pinjaman lembaga keuangan lain	XXX	XXX
Penerbitan surat utang	XXX	XXX
Pengembalian simpanan pokok	(XXX)	(XXX)
Pengembalian simpanan wajib	(XXX)	(XXX)
Pembayaran pinjaman bank	(XXX)	(XXX)
Pembayaran pinjaman lembaga keuangan lain	(XXX)	(XXX)
Pembayaran surat utang	(XXX)	(XXX)
Jumlah arus kas dari aktivitas pendanaan	XXX	XXX
Jumlah kenaikan (penurunan) kas	XXX	XXX
Saldo kas awal periode	XXX	XXX
Saldo kas akhir periode	XXX	XXX

KOPERASI NUSA BANGSA
LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS
Untuk Tahun yang Berakhir Tanggal 31 Desember 20X2 dan 20X1

	Simpanan Pokok	Simpanan Wajib	Hibah	Cadangan	SHU Tidak Dibagikan	Jumlah
Saldo awal	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Penambahan	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Pengurangan	(XXX)	(XXX)	(XXX)	(XXX)	(XXX)	(XXX)
Saldo akhir	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

K. Pengakuan dan Pengukuran Asest Tetap

Aset tetap adalah aset yang dimiliki oleh perusahaan yang digunakan untuk kegiatan bisnis oleh perusahaan untuk jangka waktu tertentu/satu periode. Oleh karena itu, perusahaan mencatat beban sebagai biaya perolehan aset tetap jika manfaat ekonomi kemungkinan besar akan mengalir ke perusahaan dan biaya perolehan dapat ditentukan dengan andal. Tanah dan bangunan diperoleh secara bersamaan, tetapi tanah dan bangunan merupakan aset yang dapat dicatat secara terpisah. Aset tetap dicatat sebagai biaya jika perusahaan memilikinya secara sah.

UD "X" belum mencatat aset tetap berupa tanah dan bangunan, karena UD "X" hanya mengetahui harga aset tetap pada saat pembelian. Penyusutan aset tetap yang dimiliki oleh UD "X" juga belum pernah dihitung penyusutannya. Misalnya, aset tetap UD "X" yang mempunyia nilia sebesar Rp. 20.000.000. Aset tetap diperoleh dengan pinjaman bank dan biaya penyusutannya belum dihitung.

Perhitungan penyusutan aset tepat UD "X" sebagai berikut:

29/01/2018 Biaya penyusutan Asset Tetap
Rp. 116.667

Akumulasi Penyusutan Asset Tetap Rp. 116.667

Penjelasannya:
UD "X" memperoleh aset tepat (mesin) sebesar Rp. 20.000.000. Usia aset tetap tesebut diperkirakan selama 10 tahun. Sehinga penyusutannya dapat dihitung sebagai berikut: (Rp. 20.000.000/10 tahun/12 bulan) = Rp. 116.667.

1. Rp. 20.000.000 adalah harga perolehannya
2. 10 tahun adalah usia asetnya
3. 12 bulan adalah jangka waktu dalam 1 tahun

L. Pengakuan, Pengukuran Pendapatan dan Beban

1. Pengakuan dan pengukuran pendapatan

Pendapatan diakui jika terdapat klaim yang telah atau sedang akan diterima pembayarannya, baik sekarang atau di masa yang akan datang. Perusahaan perlu menyadari pendapatan dari manfaat ekonomi yang diterima atau dihasilkan secara bruto. Jika nilai tersebut milik pihak ketiga seperti pajak penjualan, pajak atas barang atau jasa, pajak penjualan, dll., perusahaan mengecualikannya dari pendapatan. Berdasarkan teori keagenan, perusahaan mencatat pendapatan sebesar jumlah komisi. Jumlah yang diterima atas nama klien bukanlah pendapatan perusahaan.

UD "X" yang mengakui pendapatannya sebesar harga perolehan dari hasil penjualan. Contoh, pada tanggal 29/01/2020 UD "X" memperoleh total penjualan sebesar Rp. 32.607.500. UD "X" telah mencatat dan mengakuinya pendapatan sebesar jumlah yang diterima yaitu Rp. 1.168.750.

Pencatatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

29/01/2020 Kas Rp. 32.607.500
Penjualan Rp. 32.607.500

2. Pengakuan dan pengukuran beban

Sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menenngah (SAK UMKM) yang memberikan jasa kepada perusahaan selama periode pelaporan, perusahaan harus mengakui biaya imbalan kerja sebesar nilai tak terdiskonto yang diharapkan akan dibayarkan sebagai imbalan atas jasa tersebut. Standar ini berlaku untuk jenis imbalan kerja berikut:

a. Imbalan kerja jangka pendek, yaitu imbalan kerja yang dibayarkan secara penuh dalam waktu 12 bulan sejak akhir periode kinerja karyawan yang baik.
b. Uang pesangon adalah tunjangan karyawan yang dibayarkan karena alasan berikut.
   1) Keputusan perusahaan memberhentikan pegawai sebelum usia pensiun normal.
   2) Keputusan karyawan untuk menerima tawaran pensiun sukarela dengan manfaat tertentu.
c. Imbalan kerja lainnya, yaitu imbalan kerja yang tidak boleh dibayarkan dalam waktu 12 bulan oleh pekerja yang memberikan jasanya.

Pembuatan laporan keuangan/pembukauan oleh UD "X" masih dalam cara yang sederhana. Contohnya, UD "X" melakukan pembayaran tagihan Listrik, Air untuk bulan Januari 2020, dengan total biaya sebesar Rp. 500.000,- Pencatatan yang dilakukan dalam pembukuan hanya sebesar Rp. 500.000,-. Pencatatan yang seharusnya adalah:

28/01/2020	Beban Listrik, Air, Telepon
	Rp. 500.000
Kas	Rp. 500.000

Penjelasannya:

Pada pencatatan yang dilakukan sebelumnya, hanya tercatat angka Rp. 500.000,- tampa adanya penjelasan yang detail. Seharusnya dijelaskan, bahwa dalam melakukan pembayaran beban tersebut digunakan

uang kas/tunai (listrik yang digunakan untuk operasional di pabrik). Untuk itu dilakukan pencatatan seperti diatas.

Selain hal tersebut diatas, UD "X" juga melakukan pencatatan terhadap pengeluaran biaya gaji untuk karywan dan pemilik dengan jumlah masing-masing Rp. 7.000.000,- dan Rp. 3.500.000,- Untuk itu perlu dilakukan pencatatan jurnal yang sesuai dengan SAK EMKM untuk pembayaran yang dilakukan tersebut, seperti berikut:

29/01/2018	Biaya gaji karyawan	Rp. 7.000.000
	Kas	Rp. 7.000.000
29/01/2018	Biaya gaji pemilik	Rp. 3.500.000
	Kas	Rp. 3.500.000

Jurnal untuk pembayaran gaji diatas (gaji karyawan dan gaji pemilik), dimana biaya gaji masuk dalam laporan laba rugi.

BAB VI
LAPORAN KEUANGAN UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah cara memberdayakan negara untuk menciptakan manfaat bagi diri sendiri dan negaranya dengan memastikan masyarakat selalu produktif. David Maxelland (1971) mengatakan bahwa setidaknya 2% dari total penduduk negara harus menjadi pengusaha agar suatu negara menjadi negara maju melalui pertumbuhan ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat mengurangi pengangguran yang ada dan meningkatkan pendapatan pemerintah melalui aktivitas komersial.

Tambahan modal diperlukan sebagai wahana pengembangan usaha bagi pelaku UMKM, sehingga UMKM perlu menyuntikkan modal untuk mengembangkan usahanya. Pengelola dana (bank) dapat memberikan pinjaman kepada UMKM yang ingin melebarkan sayapnya. Untuk menerima suntikan modal ini, UMKM harus memberikan informasi keuangan (laporan keuangan) yang benar dan dapat diandalkan kepada pemberi pinjaman/kreditur.

Laporan keuangan memberikan informasi untuk menentukan apakah seorang debitur layak menerima pinjaman dan mampu memenuhi kewajibannya terhadap pinjaman yang diberikan oleh kreditur. Namun, selama ini UMKM enggan menyusun laporan keuangan karena dianggap sulit dan memakan waktu. Sadeli (2018) menjelaskan bahwa laporan keuangan adalah laporan tertulis yang memberikan informasi kuantitatif tentang keadaan keuangan dan perubahannya, serta hasil yang diperoleh selama periode waktu tertentu. Laporan keuangan dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada pemangku kepentingan, termasuk direktur perusahaan, pemilik perusahaan, bankir, kreditur, investor, pemerintah dan lembaga lainnya.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengalami kesulitan dalam menyusun laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi karena pelaku UMKM tidak menyadari pentingnya

laporan keuangan. Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan UMKM dapat dinilai dari perspektif pengembangan usaha UMKM, dimana laporan keuangan harus berpedoman pada SAK EMKM. Sebelumnya, penyusunan laporan keuangan UMKM didasarkan pada SAK ETAP yang dianggap belum sepenuhnya dipahami oleh peserta UMKM sehingga peserta UMKM enggan untuk membuat laporan keuangan.

Kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan sesuai standar akuntansi yaitu (Muchid, 2015):

1. Tingkat pendidikan masih rendah,
2. Pengetahuan tentang teknologi informasi masih kurang,
3. Kurangnya pengetahuan tentang penyusunan laporan keuangan.

Seiring pertumbuhan bisnis, ia harus menjalin hubungan dengan lembaga eksternal seperti bank dan lembaga keuangan lainnya untuk meningkatkan pembiayaan bisnis. Bank/lembaga keuangan biasanya mensyaratkan laporan keuangan untuk memastikan kelayakan pinjaman. Seiring berkembangnya kegiatan/usaha, UMKM wajib menyampaikan laporan keuangan sesuai dengan standar yang berlaku. Fungsi pelaporan keuangan adalah sebagai alat untuk menganalisis kinerja keuangan sehingga memberikan informasi posisi keuangan, kinerja dan arus kas sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomi (Putra, 2012).

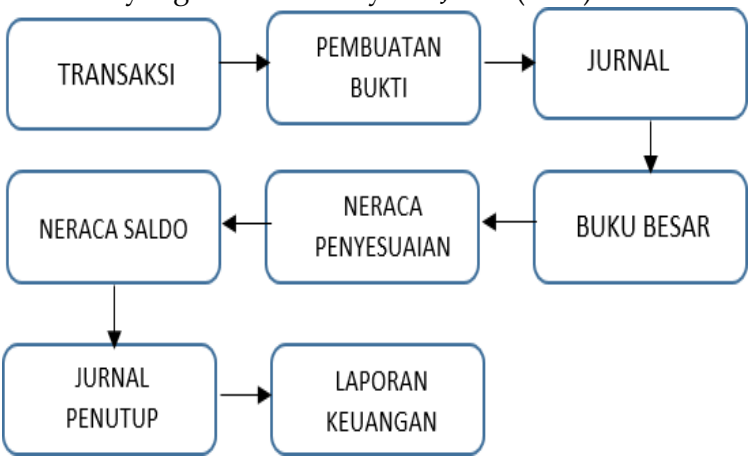
Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) diterapkan pada 1 Januari 2018 sebagai pedoman penyusunan laporan keuangan UMKM. Tujuan perancangan sistem akuntansi sederhana adalah untuk membantu pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan akuntansi. Laporan keuangan memungkinkan pemilik UMKM untuk menilai usahanya dan juga menjadi dasar pengambilan keputusan.

A. Laporan Keuangan

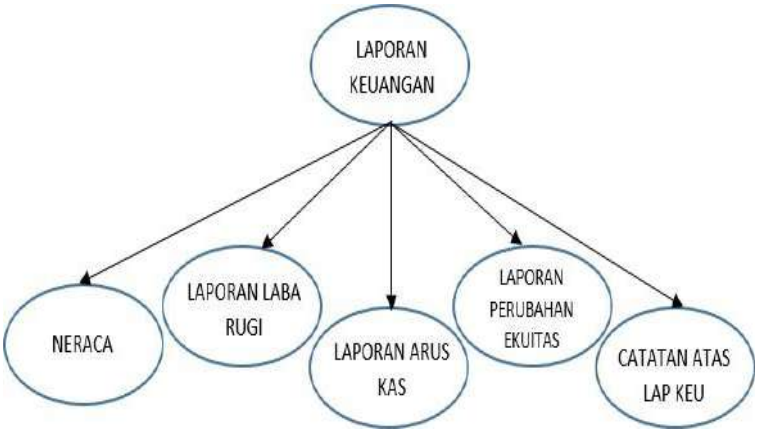
Laporan keuangan adalah catatan informasi bisnis yang menggambarkan kinerja bisnis selama periode akuntansi. Informasi keuangan membantu para bankir, kreditur, pemilik dan pemangku kepentingan untuk menganalisis dan menjelaskan kinerja dan kondisi keuangan perusahaan (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2009). Laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang memberikan informasi keuangan kepada bisnis untuk membantu pemangku kepentingan membuat keputusan ekonomi. Ada lima jenis laporan keuangan: laporan laba rugi, neraca, perubahan modal, arus kas dan catatan atas laporan keuangan (Isnawan, 2012).

Tujuan dari laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi tentang kondisi dan kinerja keuangan perusahaan untuk membantu pengguna membuat keputusan keuangan/ekonomi. Pengguna di sini termasuk penyedia sumber daya perdagangan, seperti kreditur dan investor. Pelaporan keuangan merupakan tanggung jawab manajemen terhadap sumber daya yang dipercayakan kepadanya untuk mencapai tujuannya (SAK EMKM, 2016).

Laporan keuangan merupakan bagian dari siklus akuntansi yang menurut Haryono Juruf (2014) adalah:



Gambar-1 Siklus Akuntansi



Gambar-2 Laporan Keuangan

Tujuan umum pelaporan keuangan adalah:

1. Untuk memberikan informasi yang akurat tentang aktiva dan kewajiban.
2. Memberikan informasi yang dapat dipercaya tentang evolusi/perubahan kekayaan bersih perusahaan sebagai hasil dari operasinya.
3. Memberikan informasi yang andal tentang perubahan kekayaan bersih yang tidak disebabkan oleh aktivitas bisnis.
4. Memberikan informasi untuk membantu pengguna menilai kemampuan mereka menghasilkan laba.
5. Memberikan informasi yang relevan dengan kebutuhan pengguna.

Entitas menyiapkan laporan keuangan untuk menyediakan informasi akuntansi yang andal dan konsisten. Laporan keuangan yang andal harus akurat dan dapat dipahami untuk memberikan informasi yang dapat dipahami oleh mereka yang membutuhkannya. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam SAK EMKM (2016), untuk menyajikan laporan keuangan secara wajar, perusahaan harus menyajikan informasi untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

1. ***Relevansi***: Pengguna dapat menggunakan informasi ini dalam proses pengambilan keputusan.

2. ***Penyajian yang akurat***: Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan akurat dan bebas dari kesalahan.
3. ***Keterbandingan***: Dari waktu ke waktu, pengguna dapat membandingkan informasi yang terkandung dalam laporan keuangan perusahaan/entitas untuk menentukan posisi keuangan dan kinerja keuangan.
4. ***Keterpahaman***: Informasi yang disajikan mudah dipahami oleh pengguna, dan pengguna dianggap cukup berpengetahuan dan mau mempelajari informasi tersebut.

Menurut Lestari (2018), bahwa laporan keuangan entitas dalam SAK EMKM paling sedikit memuat:

1. Laporan Posisi Keuangan, yang mencakup akun-akun berikut:
   a. Kas dan setara kas;
   b. Piutang;
   c. Persediaan;
   d. Aset tetap;
   e. Utang usaha;
   f. Utang bank;
   g. Ekuitas.
2. Laporan Laba Rugi merupakan entitas dari akun-akun yang terdiri dari pendapatan, beban keuangan, dan beban pajak.
3. Catatan atas laporan keuangan, meliputi: (a) laporan yang berkaitan dengan laporan keuangan yang disusun sesuai dengan SAK EMKM; (b) ringkasan kebijakan akuntansi; (c) informasi tambahan yang menjelaskan transaksi besar dan signifikan serta rincian akun tertentu untuk membantu pengguna memahami Laporan Keuangan. Sifat informasi tambahan dan pengungkapannya bergantung pada jenis aktivitas perusahaan.

Usaha mikro, kecil, dan menengah hanya perlu menyampaikan ketiga laporan tersebut, namun dapat juga menyampaikan laporan keuangan lainnya sesuai kebutuhan, yaitu laporan perubahan ekuitas dan laporan arus kas.

B. Penyusunan Laporan Keuangan berdasarkan SAK EMKM

Informasi tentang posisi keuangan perusahaan/*entitas*, termasuk informasi tentang aset, kewajiban (*liabilitas*) dan modal (*ekuitas* dalam *entitas*) perusahaan pada tanggal tertentu, seperti yang ditunjukkan dalam laporan posisi keuangan. Unsur-unsur tersebut didefinisikan sebagai berikut (SAK EMKM, 2016):

1. Aset adalah sumber daya yang dikelola oleh suatu perusahaan/bisnis sebagai akibat dari peristiwa masa lalu yang diharapkan akan menambah manfaat ekonomi masa depan bagi perusahaan/bisnis tersebut.
2. Kewajiban/Hutang adalah kewajiban kini yang ditanggung oleh perusahaan sebagai akibat peristiwa masa lalu, dan penyelesaiannya akan mengakibatkan arus keluar sumber daya yang mencerminkan kepentingan ekonomi perusahaan.
3. Ekuitas adalah sisa hak atas aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban (*liabilitas*).

Informasi tentang kinerja entitas mencakup informasi tentang pendapatan dan beban untuk periode pelaporan yang ditunjukkan dalam laporan laba rugi.

1. Pendapatan *(income)* adalah bertambahnya keuntungan ekonomi dalam bentuk arus kas masuk atau bertambahnya aktiva atau berkurangnya kewajiban selama jangka waktu tertentu, yang mengakibatkan bertambahnya modal yang ditanamkan oleh bukan penanam modal/investor.
2. Beban *(expenses)* mengacu pada pengurangan kepentingan ekonomi dalam bentuk arus kas keluar atau pengurangan aset atau peningkatan kewajiban selama periode pelaporan, bukan pengurangan modal yang disebabkan oleh distribusi kepada investor.

Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK EMKM) menggunakan biaya pemrosesan (*historis*) sebagai dasar penilaian pos-pos laporan keuangan. Biaya perolehan (*historis*) liabilitas adalah jumlah kas atau setara kas yang diharapkan akan diterima dalam pelaksanaan

bisnis normal untuk menyelesaikan liabilitas. Pengakuan pos-pos laporan keuangan adalah proses mengidentifikasi pos-pos laporan keuangan atau laporan laba rugi yang:

1. Kepentingan ekonomi yang berkaitan dengan aset, kewajiban, pendapatan dan beban dapat dibuktikan pada saat masuk dan keluar dari perusahaan.
2. Pekerjaan/pos-pos ini memiliki biaya yang terukur dan dapat diandalkan.

Pengungkapan diperlukan jika kepatuhan terhadap persyaratan SAK EMKM tertentu tidak cukup bagi pengguna untuk memahami dampak/pengaruh transaksi, peristiwa dan kondisi lain terhadap posisi dan kinerja keuangan perusahaan. Penyajian laporan keuangan yang wajar mengharuskan perusahaan untuk memberikan informasi yang relevan, representatif, akurat, dapat dibandingkan, dan dapat dipahami. Perusahaan menyediakan laporan keuangan lengkap pada setiap akhir periode pelaporan. Laporan keuangan paling sedikit memuat:

1. Laporan posisi keuangan pada akhir periode,
2. Laporan laba rugi periode berjalan,
3. Catatan atas laporan keuangan dan tambahan serta rincian pos-pos terkait tertentu.

Adapun tahapan-tahapan penyusunan laporan keuangan yang berbeda, yaitu:

1. ***Tahap Pencatatan***: Pada tahap ini, bukti transaksi UMKM didokumentasikan. Transaksi yang tercatat diwujudkan dalam bentuk invoice, slip transfer, nota, kuitansi, dll. Bukti tersebut kemudian dipilah sesuai dengan urutan terjadinya transaksi dengan mencatat bukti tersebut pada rekening tertentu. Kemudian ditransfer ke buku besar untuk setiap akun.
2. ***Tahapan Pengikhtisaran***, Siapkan neraca saldo jurnal dan buku besar sebelum melakukan penyesuaian. Entri penyesuaian kemudian dibuat untuk menyesuaikan jumlah nominal aktual/yang sebenarnya dengan jumlah transaksi. Jurnal penyesuaian dibuat dan diposting ke

buku besar, sehingga neraca saldo yang disesuaikan muncul. Pada tahap penyusunan dokumen kerja ini meliputi neraca saldo belum disesuaikan, neraca saldo disesuaikan, pos penyesuaian, laporan laba rugi dan neraca. Dokumen kerja ini dimaksudkan untuk memudahkan penyusunan laporan keuangan UMKM.

3. ***Tahapan Pelaporan***, Pada tahap ini menurut SAK UMKM disusun laporan keuangan UMKM berupa laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, neraca dan catatan atas laporan keuangan per 30 April 20X1.

C. Laporan Posisi Keuangan

Laporan posisi keuangan adalah laporan yang menggambarkan posisi keuangan suatu perusahaan pada suatu titik waktu tertentu. Laporan posisi keuangan menunjukkan aset/aktiva, kewajiban dan ekuitas/ekuitas. Laporan posisi keuangan perusahaan meliputi:

1. ***Kas dan setara kas***, adalah alat tukar yang dimiliki dan selalu tersedia untuk transaksi bisnis. Uang tunai adalah aset yang paling likuid atau paling mudah dijual. Uang tunai hampir selalu terlibat dalam setiap transaksi dengan dunia luar.
2. ***Piutang***, adalah perusahaan debitur yang memberikan utang atau layanan kepada pihak lain sebagai hasil dari transaksi di masa lalu.
3. ***Persediaan***, adalah sekumpulan barang jadi, bahan baku, dan barang dalam proses yang dimiliki oleh bisnis untuk dijual atau diproses lebih lanjut. Umumnya, ada dua metode yang digunakan untuk menghitung dan mencatat persediaan terhadap harga pokok penjualan.
4. ***Aset tetap*** aset berwujud perusahaan yang relatif tahan lama yang digunakan dalam kegiatan bisnis normal dan tidak diperdagangkan. Namun, perlu ditekankan bahwa tidak semua aset bisnis dapat diklasifikasikan sebagai aset tetap. Kriteria untuk mengklasifikasikan aset sebagai aset tetap adalah mesin, tanah, bangunan, dll.

5. ***Hutang***, adalah kewajiban perusahaan di masa depan untuk membayar pihak lain atas barang atau jasa sebagai akibat dari transaksi di masa lalu.
6. ***Ekuitas***, pemilik berkontribusi pada perubahan dan menyatakan hak pemilik atas perubahan tersebut. Modal/ekuitas perusahaan adalah setoran hak milik perusahaan oleh pemilik, setoran dapat berupa uang tunai atau aset lain dari perusahaan swasta/pribadi. Ekuitas/Modal terdiri dari akun modal. Terlepas dari bentuk hukum perusahaan, modal adalah kewajiban perusahaan kepada pemilik perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan berkewajiban untuk membayar sebagian dari keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan, dan jika perusahaan dilikuidasi, perusahaan juga berkewajiban untuk mengembalikan sahamnya.

Menurut SAK-EMKM (2016), laporan posisi keuangan menyajikan aset (*aktiva*), kewajiban (*pasiva*), dan modal saham (*ekuitas*) pada akhir periode. Laporan posisi keuangan berdasarkan informasi dari UMKM XYZ (sebagai contoh).

UMKM XYZ
LAPORAN POSISI KEUANGAN
PER 30 APRIL 20X1

ASET	Debit	Kredit
Kas	Rp 74,435,750	
Piutang Usaha	Rp 54,869,000	
Persediaan	Rp 235,030,750	
Perlengkapan	Rp 8,500,000	
Aset Tetap	Rp 497,930,000	
Akumulasi Penyusutan	Rp (1,180,100)	
Jumlah Aset	**Rp 869,585,400**	
LIABILITAS		
Utang Usaha		Rp. 108.987.500
Jumlah Liabilitas		**Rp. 108,987,500**
EKUITAS		
Modal Pemilik		Rp. 684,782,900
Laba ditahan		Rp. 75,810,000
Jumlah Ekuitas		**Rp. 760,592,900**
Jumlah Liabilitas dan Ekuitas		**Rp. 869,580,400**

D. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah laporan yang menunjukkan kemampuan perusahaan atau unit bisnis untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu, seperti sebulan atau setahun. Laporan laba rugi perusahaan dapat mencakup akun-akun berikut:

1. Pendapatan didefinisikan sebagai peningkatan aset perusahaan yang dihasilkan dari penjualan produk perusahaan dalam kegiatan usaha biasa.
2. Biaya operasi/bisnis adalah pengorbanan finansial yang dilakukan perusahaan selama periode waktu tertentu untuk mendapatkan barang dan jasa yang umumnya berguna bagi perusahaan. Biaya operasional mencakup banyak biaya berbeda seperti biaya gaji, biaya perjalanan, listrik, tagihan telepon, dll.
3. Entitas menyajikan satu akun dan beberapa akun dalam laporan laba rugi jika instruksi tersebut relevan untuk memahami kinerja keuangan entitas. Kecuali

disyaratkan lain oleh SAK EMKM, laporan laba rugi mencakup semua pendapatan dan beban yang dicatat selama periode tertentu. Standar Akuntansi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) mengatur perlakuan koreksi kesalahan dan dampak perubahan metode akuntansi dan penilaian. Ini muncul sebagai penyesuaian retroaktif untuk periode sebelumnya, bukan sebagai bagian dari laba bersih untuk periode di mana perubahan terjadi.

Laporan laba rugi menyediakan informasi mengenai pendapatan, beban keuangan, beban pajak, dan laba rugi suatu usaha (SAK EMKM, 2016). Berikut ini adalah uraian mengenai informasi yang disajikan pada Laporan Laba Rugi UMKM XYZ (sebagai contoh).

UMKM XYZ
LAPORAN LABA RUGI
PER 30 APRIL 20X1

PERKIRAAN	JUMLAH	
Penjualan		Rp336,666,000
Harga Pokok Penjualan		Rp245,798,900
Laba Kotor		Rp 90,867,100
Beban Operasional :		
B. Gaji	Rp12,299,000	
Beban Administrasi & umum	Rp 473,000	
Beban Listrik dan Air	Rp 420,000	
Beban Perlengkapan	Rp 680,000	
Beban Penyusutan Peralatan	Rp 355,100	
Beban Penyusutan Bangunan	Rp 500,000	
Beban Penyusutan Kendaraan	Rp 325,000	
Total Beban Operasional		Rp 15,052,100
Laba Bersih Sebelum Pajak		Rp 75,815,000

E. Catatan Atas Laporan Keuangan

Catatan atas laporan keuangan UMKM disusun berdasarkan informasi dari UMKM dan sesuai dengan SAK EMKM (2016). Catatan atas laporan keuangan UMKM berisi pernyataan bahwa laporan telah disusun sesuai dengan SAK EMKM, ringkasan kebijakan akuntansi yang signifikan yang digunakan dan dasar penilaian yang digunakan untuk menyusun laporan keuangan.

Laporan keuangan UMKM XYZ yang disusun berdasarkan SAK EMKM menunjukkan posisi keuangan seperti yang terlihat pada neraca per 30 April 20X1, dimana total aktiva UMKM XYZ adalah Rp. 869.585.400,- dan total kewajiban sebesar Rp. 108.987.500,- dengan modal sebesar Rp. 760.592.900,- sedangkan laba bersih perusahaan sebesar Rp.

75.815.000,- menunjukkan kinerja UMKM XYZ pada bulan April 20X1.

Catatan atas laporan keuangan memberikan gambaran umum tentang entitas. Laporan ini disusun dengan menggunakan pedoman SAK EMKM sebagai dasar penyusunan dan kebijakan akuntansi yang berlaku untuk instrumen keuangan yang tercantum dalam laporan keuangan UMKM XYZ.

CONTOH PENCATATAN AKUNTANSI USAHA

UKM KOPI "GKW"

TRANSAKSI PER 31 JANUARI 2020

Transaksi usaha kopi UKM GKW pada Bulan Januari 2020 adalah sebagai berikut:

1 Januari	:	Disetor uang tunai sebagai modal awal sebesar Rp. 15.000.000,00 dan CB 125 kg dalam bentuk bahan baku senilai Rp. 1.250.000,-
2 Januari	:	Dibeli mesin grinder untuk kopi seharga Rp. 5.000.000,-
2 Januari	:	Dibeli aluminium foil 20 pack @Rp. 30.000,-
3 Januari	:	dibeli bahan baku kopi GB 100kg @Rp. 60.000,-
4 Januari	:	Diproses bahan baku CB sebanyak 125 kg menjadi GB sebanyak 100kg senilai Rp. 6.000.000
4 Januari	:	Diproses bahan baku GB 165kg senilai Rp. 9.900.000,- menjadi 100kg kopi bubuk senilai Rp. 17.500.000,- dan 50kg kopi roasting senilai Rp. 6.250.000,-
5 Januari	:	Dibeli perlengkapan untuk usaha Rp.500.000,-
7 Januari	:	Dijual secara tunai kopi GB 20kg @Rp. 75.000,-
8 Januari	:	Dijual kopi bubuk sebanyak 50kg dengan harga @175.000,- Diterima uang

		tunai sebesar Rp. 5.000.000,- dalam transaksi tersebut dan sisanya dibayar pekan depan
10 Januari	:	Dibayar biaya listrik Rp. 500.000,- telepon Rp. 100.000,- dan air Rp. 400.000,-
15 Januari	:	Dijual 20kg kopi roasting @Rp. 125.000,- pembayarannya dilakukan bulan depan
17 Januari	:	Dibeli bahan baku kopi GB sebanyak 50kg dengan harga @Rp. 60.000,-
18 Januari	:	Diterima pelunasan atas kekurangan penjualan kopi bubuk tanggal 8 Januari sebesar Rp. 3.750.000,-
19 Januari	:	Dibeli sparepart mesin sebesar Rp. 1.200.000,-
20 Januari	:	Diterima pinjaman dari BPR sebesar Rp. 10.000.000,- dengan tingkat bunga 2% per tahun untuk jangka waktu 2 tahun
23 Januari	:	Dijual secara tunai kopi roasting 20kg dengan harga @Rp.125.000,- dan kopi bubuk 20kg dengan harga @Rp. 175.000,-
24 Januari	:	Biaya maintenance bulanan sebesar Rp100.000,-
28 Januari	:	Dibayar pajak kios penjualan Rp. 150.000,-
29 Januari	:	Diperoleh pendapatan sewa grinder selama bulan Januari sebesar Rp. 350.000,-
30 Januari	:	Dibayar upah 4 karyawan @800.000,-
31 Januari	:	Diambil modal untuk keperluan pribadi Rp. 1.200.000,-
31 Januari	:	Biaya angkut pembelian bahan baku Rp. 200.000,- dan transpor penjualan selama 1 bulan sebesar Rp. 600.000,-
31 Januari	:	Pemakaian perlengkapan selama 1 bulan Rp. 650.000,-

1. Persamaan Akuntansi

UKM KOPI "GKW"
PERSAMAAN AKUNTANSI
PER 31 JANUARI 2020

Rp.00

Tanggal	Kas	Piutang	Bahan Baku CB	Bahan baku GB	Produk kopi roasting	Produk kopi bubuk	Perlengkapan	Peralatan	Utang	Modal	Keterangan
Januari 1	15.000.000		1.250.000							16.250.000	Modal awal
2	15.000.000 (5.000.000)		1.250.000					5.000.000		16.250.000	Beli mesin
2	10.000.000 (600.000)		1.250.000				600.000	5.000.000		16.250.000	Beli kemasan
3	9.400.000 (6.000.000)		1.250.000	6.000.000			600.000	5.000.000		16.250.000	Beli bahan baku Green bean
4	3.400.000		1.250.000 (1.250.000)	6.000.000 6.000.000			600.000	5.000.000		16.250.000 4.750.000	Proses CB-GB
4	3.400.000		-	12.000.000 (9.900.000)	6.250.000	17.500.000	600.000	5.000.000		21.000.000 13.850.000	Proses GB-produk
5	3.400.000 (500.000)		-	2.100.000	6.250.000	17.500.000	600.000 500.000	5.000.000		34.850.000	Beli perlengkapan
7	2.900.000 1.500.000		-	2.100.000 (1.200.000)	6.250.000	17.500.000	1.100.000	5.000.000		34.850.000 300.000	Penjualan GB
8	4.400.000 5.000.000	3.750.000	-	900.000	6.250.000	17.500.000 (8.750.000)	1.100.000	5.000.000		35.150.000	Penjualan produk Kopi bubuk
10	9.400.000 (1.000.000)	3.750.000	-	900.000	6.250.000	8.750.000	1.100.000	5.000.000		35.150.000 (1.000.000)	Beban listrik, Telp dan air
15	8.400.000	3.750.000 2.500.000	-	900.000	6.250.000 (2.500.000)	8.750.000	1.100.000	5.000.000		34.150.000	Penjualan produk Kopi roasting
Total	**8.400.000**	**6.250.000**		**900.000**	**3.750.000**	**8.750.000**	**1.100.000**	**5.000.000**		**34.150.000**	

Tanggal	Kas	Piutang	Bahan Baku CB	Bahan baku GB	Produk kopi roasting	Produk kopi bubuk	Perleng-kapan	Peralatan	Utang	Modal	Keterangan
17	8.400.000 (3.000.000)	6.250.000		900.000 3.000.000	3.750.000	8.750.000	1.100.000	5.000.000		34.150.000	Beli bahan baku green bean
18	5.400.000 3.750.000	6.250.000 (3.750.000)		3.900.000	3.750.000	8.750.000	1.100.000	5.000.000		34.150.000	Menerima piutang
19	9.150.000 (1.200.000)	2.500.000		3.900.000	3.750.000	8.750.000	1.100.000	5.000.000 1.200.000		34.150.000	Beli sparepart
20	7.950.000 10.000.000	2.500.000		3.900.000	3.750.000	8.750.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	34.150.000	Utang BPR
23	17.950.000 6.000.000	2.500.000		3.900.000	3.750.000 (2.500.000)	8.750.000 (3.500.000)	1.100.000	6.200.000	10.000.000	34.150.000	Penjualan produk kopi
24	23.950.000 (100.000)	2.500.000		3.900.000	1.250.000	5.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	34.150.000 (100.000)	*Maintenance*
28	23.850.000 (150.000)	2.500.000		3.900.000	1.250.000	5.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	34.050.000 (150.000)	Bayar pajak
29	23.700.000 350.000	2.500.000		3.900.000	1.250.000	5.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	33.900.000 350.000	Pendapatan lain
30	24.050.000 (3.200.000)	2.500.000		3.900.000	1.250.000	5.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	34.250.000 (3.200.000)	Bayar gaji
31	20.850.000 (1.200.000)	2.500.000		3.900.000	1.250.000	5.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	31.050.000 (1.200.000)	Prive
31	19.650.000 (600.000)	2.500.000		3.900.000	1.250.000	5.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	29.850.000 (600.000)	Biaya angkut Pembelia bahan
31	19.050.000 (200.000)	2.500.000		3.900.000	1.250.000	5.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	29.250.000 (200.000)	Biaya transpor penjualan
31	18.850.000	2.500.000		3.900.000	1.250.000	5.250.000	1.100.000 (650.000)	6.200.000	10.000.000	29.050.000 (650.000)	Pemakaian perlengkapan
Total	**18.850.000**	**2.500.000**		**3.900.000**	**1.250.000**	**5.250.000**	**450.000**	**6.200.000**	**10.000.000**	**28.400.000**	
	38.400.000								**38.400.000**		

1. **Laporan Keuangan (Neraca)**

UKM KOPI "GKW"
NERACA
PER 31 JANUARI 2020

Harta		Utang	
Kas	Rp18.850.000,00	Utang BPR	Rp10.000.000,00
Piutang	Rp2.500.000,00		
Bahan Baku GB	Rp3.900.000,00	Modal	Rp28.400.000,00
Produk Kopi Roasting	Rp1.250.000,00		
Produk Kopi Bubuk	Rp5.250.000,00		
Perlengkapan	Rp450.000,00		
Peralatan	Rp6.200.000,00		
	Rp38.400.000,00		**Rp38.400.000,00**

2. Laporan Laba Rugi

UKM KOPI "GKW"
LAPORAN LABA RUGI
PERIODE 31 JANUARI 2020

Pendapatan :		
Penjualan *green bean*	Rp1.500.000,00	
Penjualan kopi *roasting*	Rp5.000.000,00	
Penjualan kopi bubuk	Rp12.250.000,00	
Pendapatan lain	Rp350.000,00	
Total Pendapatan		**Rp19.100.000,00**
Bahan Baku :		
Persediaan awal	Rp1.250.000,00	
Pembelian GB tgl 3	Rp6.000.000,00	
Pembelian GB tgl 17	Rp3.000.000,00	
Biaya angkut pembelian	Rp200.000,00 +	
Siap jual	Rp10.450.000,00	
Persediaan akhir	Rp10.400.000,00	
(GB+roasting+bubuk)	–	
HPP		**(Rp50.000,00)** –
LABA KOTOR		**Rp 19.050.000,00**
Beban :		
Biaya listrik	Rp500.000,00	
Biaya telepon	Rp100.000,00	
Biaya air	Rp400.000,00	
Biaya *maintenance*	Rp100.000,00	
Beban pajak	Rp150.000,00	
Biaya gaji karyawan	Rp3.200.000,00	
Biaya transpor penjualan	Rp600.000,00	
Beban perlengkapan	Rp650.000,00	
Total Beban		**(Rp5.700.000,00)** –
LABA BERSIH		**Rp13.350.000,00**

Laporan Perubahan Modal

UKM KOPI "GKW"
LAPORAN Perubahan Modal
PERIODE 31 JANUARI 2020

Modal awal		Rp16.250.000,00
Laba bersih	Rp13.350.000,00	
Prive	Rp1.200.000,00 –	
Tambahan modal		Rp12.150.000,00 +
Modal akhir		**Rp28.400.000,00**

BAB VII
UMKM DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI

Pembangunan nasional adalah upaya peningkatan kualitas manusia dan masyarakat Indonesia secara berkelanjutan berdasarkan kemampuan negara dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pembangunan nasional mencakup seluruh aspek kehidupan negara dan bangsa yang dilaksanakan oleh pemerintah dan masyarakat. Sumber utama pembangunan adalah masyarakat, dan negara memiliki tanggung jawab untuk mengelola, melindungi, dan menciptakan lingkungan yang aman dan damai yang diperlukan untuk pembangunan nasional.

Pembangunan adalah upaya memberdayakan masyarakat untuk mempengaruhi masa depannya. Pembangunan telah membawa perubahan cara hidup yang lebih baik dari sebelumnya. Pembangunan di era globalisasi mengandalkan pertumbuhan ekonomi sebagai tolok ukur keberhasilan pemerintah.

Pembangunan yang hanya terfokus pada pertumbuhan yang terpusat (sentralisasi) dan tidak merata serta kehidupan sosial, politik dan ekonomi tidak seimbang salah satu penyebab rapuhnya pembangunan ekonomi (Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2005). Oleh karena itu, pembangunan harus mengikut sertakan peran masyarakat, dimana masyarakat adalah penerima dan merasakan dampak pembangunan tersebut. Contoh pembangunan suatu negara adalah pertumbuhan ekonomi. Pembangunan ekonomi merupakan hal yang paling penting dalam suatu negara, terutama untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan kesehatan masyarakat. Dalam analisis ekonomi makro, pertumbuhan ekonomi adalah peningkatan pendapatan per kapita, yang didefinisikan sebagai gambaran tingkat ekonomi dan kesejahteraan suatu negara.

Pembangunan ekonomi bertujuan untuk meningkatkan nilai barang dan jasa serta pekerjaan di masyarakat. Pelaksanaan pembangunan ekonomi harus melibatkan

seluruh dunia usaha dan pemerintah dalam rencana pembangunan daerah dan menggunakan seluruh sumber daya yang ada untuk menciptakan, mengembangkan dan membangun lapangan kerja di daerah tersebut. Peran masyarakat dalam pembangunan negara yang merupakan peran utama dalam pembangunan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memainkan peran penting dalam perekonomian negara. Hal ini akan terjadi karena dominasi UMKM dalam perekonomian Indonesia, di banyak industri, dan mereka hadir di semua industri. Kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja skala besar dan pembentukan produk domestik bruto (PDB) sangat penting.

Usaha Mikro dan Kecil memiliki keunggulan dalam penggunaan sumber daya alam dan tenaga kerja, terutama di bidang pangan, tanaman, hewan, perikanan, bisnis dan pertanian pangan. Usaha Menengah memiliki keunggulan dalam menciptakan nilai tambah di bidang-bidang seperti hotel, keuangan, kredit, jasa perusahaan, kehutanan. Perusahaan besar memiliki keunggulan di bidang manufaktur, listrik, gas, telekomunikasi dan pertambangan. Dengan demikian, hal ini membuktikan bahwa UMKM dan perusahaan besar saling menguntungkan dan saling membutuhkan, meskipun UMKM masih mengeksploitasi tenaga kerja hingga berkontribusi terhadap pendapatan mereka dari negara.

Hal ini terbukti waktu krisis ekonomi yang berkelanjutan melanda Indonesia tahun 1989 tidak dapat mempengaruhi kelangsungan hidup usaha kecil. Bahkan dalam berbagai kajian ekonomi, bahwa perekonomian Indonesia tidak terlepas dari jasa para pengusaha kecil (Nitisusastro, Mulyadi., 2010). Peran UMKM telah diakui oleh masyarakat dan krisis yang terjadi telah memberikan dampak besar yang diharapkan oleh para pemain besar di semua sektor.

A. Peranan UMKM Dalam Perekonomian Indonesia

Usaha kecil atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kelompok bisnis yang paling luas dan inklusif di Indonesia. Selain itu, kelompok usaha ini memiliki keunggulan karena telah terbukti kuat dalam menghadapi berbagai guncangan bisnis. Oleh karena itu, penting untuk memperkuat kelompok usaha kecil, menengah, dan mikro dengan partisipasi kelompok yang lebih besar. Model bisnis untuk UMKM diatur oleh undang-undang. Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran penting, misalnya: memperluas lapangan pekerjaan dan lapangan kerja. Produksi produk domestik bruto (PDB). Menyediakan lingkungan yang aman untuk produksi, terutama di masyarakat berpenghasilan rendah.

Meskipun target pasar bisnis UMKM tidak sebesar bisnis besar, namun banyak orang yang masih mau melakukan bisnis ini, karena keunggulan yang ditawarkan bisnis kecil dan mikro. Bagi perusahaan menengah, keuntungan-keuntungan ini sulit dicapai di pasar yang lebih besar. Salah satu keuntungan utama dari sektor UMKM adalah kemudahan adopsi dan implementasi teknologi baru dan inovasi bisnis. Lebih mudah bagi UMKM untuk menggunakan teknologi baru untuk meningkatkan pertumbuhan dan daya saing karena mereka tidak memiliki birokrasi yang rumit, struktur organisasi yang masih rendah, dan komunikasi antar manajemen yang sederhana. Selain kemudahan dalam penggunaan teknologi, keuntungan lain dari UMKM adalah hubungan antar karyawan yang baik karena jumlah karyawan yang masih sedikit, dan yang terakhir adalah fleksibilitas kerja yang lebih besar, sehingga dapat dengan mudah disesuaikan dengan dinamika bisnis.

Pengembangan ekonomi yang berpusat pada UMKM menjadi ekonomi kreatif dengan potensi ide-ide inovatif untuk mendorong pengembangan produk dan layanan. Industri kreatif menyediakan layanan yang dapat berkontribusi pada kegiatan inovasi perusahaan dan

organisasi baik di dalam maupun di luar industri kreatif. Selain itu, industri kreatif dikatakan penuh kreativitas karena memanfaatkan teknologi secara maksimal dan mendorong inovasi teknologi. Saat ini, di mana Revolusi Industri 4.0 mementingkan teknologi, maka dapat dikatakan bahwa teknologi merupakan dasar utama bagi kemajuan UMKM. Kita tahu bahwa pengguna media sosial juga semakin meningkat, dimana di era digital seperti sekarang ini, media sosial setidaknya dapat berperan dalam membantu bisnis UMKM untuk terus berkembang. Belakangan, beberapa *e-commerce* muncul sebagai wadah bagi para pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman dan teknologi, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada umumnya dan ekonomi daerah khsusnya.

Pertumbuhan ekonomi yang cepat hanya dapat dicapai dengan berfokus pada industri kreatif, setelah itu tidak perlu menghasilkan tenaga kerja yang cukup. Pengalaman pengembangan kami di Orde Baru menunjukkan betapa mudahnya mendekati bisnis melalui pertumbuhan yang kreatif dan inovatif. Menurut Howkins (2011), "*industri kreatif adalah pengembangan konsep berdasarkan sumber daya kreatif yang dapat merangsang pertumbuhan ekonomi*." Tambunan, Tulus (2001) menyatakan bahwa UKM berperan dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Peran UMKM tidak hanya di negara berkembang tetapi juga di negara maju, UMKM sangat penting karena mereka menyerap tenaga kerja terbesar dibandingkan dengan perusahaan besar.

Di sisi lain, Wahudi (2010) berpendapat bahwa "*industri kreatif dapat mendukung klaster kreatif yang menghubungkan perusahaan publik dan swasta dengan kewirausahaan dan pertumbuhan sosial yang semakin populer di tingkat kota*". Wirawan (2012) mengemukakan bahwa "*Industri kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi*". Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain grafis, desain

interior, produk, industri, pengemasan, manufaktur, konsultasi identitas korporat, desain pakaian, desain sepatu, dan manufaktur desain aksesoris fashion lainnya.

Selain itu, strategi yang dapat digunakan untuk bisnis UMKM antara lain: produk yang menarik, produk yang menarik dapat dengan mudah dipasarkan. Bukan hanya sekedar hiburan, sebagai pemilik bisnis kita perlu memberi tahu pelanggan, dan produk harus unik dan bermanfaat. Mengetahui target pasar sangat penting karena kita perlu mengetahui apa yang diinginkan pelanggan. Apakah itu anak-anak, orang tua, atau wanita tua. Atau bisa juga produk yang universal yang cocok untuk segala usia. Tentu saja hal ini sangat berkaitan dengan jenis produk yang melatar belakanginya. Kemasan khusus, tidak bisa dipungkiri bahwa kemasan bisa menjadi nilai jual, dan tampilan kemasan akan menarik perhatian pelanggan. Meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga dapat membuat pelanggan senang. Jika hal ini terus diperhatikan dapat membuat bisnis yang kita jalani lambat laun akan berkembang dan sukses.

B. Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Daerah

Navastra (2014) berpendapat bahwa "*kebijakan yang dianggap tepat dan strategis dalam kerangka pembangunan potensi daerah adalah kebijakan pembangunan ekonomi daerah*''. Hal ini telah teruji dalam beberapa krisis ekonomi Indonesia, di mana UMKM dapat menjadi katup pengaman dari ekses akibat krisis. Memang, Kementerian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah belum melihat adanya perubahan kebijakan besar sejak berakhirnya krisis ekonomi. Kontribusi kementerian terhadap UMKM juga diakui di berbagai perekonomian daerah. Pembangunan ekonomi daerah membangun kelembagaan daerah, meningkatkan kemampuan sumber daya manusia untuk menghasilkan produk yang lebih baik, mencari pasar, mentransfer pengetahuan dan teknologi, serta mendorong peran industri dan UMKM di tingkat daerah.

Peran UMKM dalam pembangunan ekonomi dapat

dilihat dari berbagai indikator. Pertama, UMKM dengan pendapatan per kapita. Kedua, usaha kecil, menengah dan mikro berpartisipasi dalam penciptaan PDRB. Ketiga, usaha kecil, menengah dan mikro terlibat dalam pembangunan ekonomi daerah (*development*). Dalam konteks ini, dari sisi permintaan (*demand side*), pertumbuhan pendapatan perkapita, PDRB dan pertumbuhan ekonomi dapat memberikan dampak positif dan negatif (*positive and negative side effect*) bagi perkembangan usaha kecil, menengah dan mikro. Seperti yang dikemukakan Tambunan (1999), dampak positifnya adalah permintaan terhadap produk UMKM akan meningkat karena adanya peningkatan pendapatan per kapita dan PDB masyarakat. Peningkatan permintaan akan menyebabkan pembukaan/penambahan UMKM baru serta kesempatan kerja. Dampak positif ini juga dapat dirasakan oleh UMKM yang dapat memenuhi perubahan kebutuhan konsumen yang menggunakan lebih banyak produk karena peningkatan pendapatan masyarakat.

Teori Spesialisasi Fleksibel (*Tesis Flexible Specialization*) yang mulai dikembangkan pada tahun 1980-an, menunjuk pada peran (partisipasi) UMKM dalam pengembangan ekonomi daerah dengan pengembangan ekonomi nasional (*regional*). Argumen utama untuk perubahan khusus ini adalah bahwa UMKM akan tumbuh lebih cepat daripada perusahaan besar dalam pertumbuhannya yang berkelanjutan. Menurut Piore dan Sabel (1984), sebuah konsep (*issue*) baru telah muncul mengenai peran UMKM dalam pembangunan sejak tahun 1980-an, dan sejak itu banyak penelitian dan publikasi yang dibuat mengenai model baru ini. Spesialisasi yang fleksibel (*Flexible specialization*) secara khusus lahir setelah diskusi panjang tentang bagaimana menjelaskan model-model baru dari proses produksi yang diciptakan oleh kekuatan globalisasi dan pembangunan ekonomi. Karena banyak penulis telah menunjukkan bahwa produksi di dunia telah berubah dari produksi massal (*Fordist*) menjadi spesialisasi.

Konsep Spesialisasi yang fleksibel (*Flexible specialization*) pertama kali diperkenalkan oleh Piore dan Sabel (1984) yang membahas kemunculan kembali kerajinan tangan yang penting di berbagai bidang di negara-negara Eropa Barat (seperti Italia, Jerman, dan Austria). Dalam sebuah pengujian (penelitian) terhadap industri kerajinan di banyak negara tersebut, Piore & Sabel menunjukkan bahwa terdapat usaha kecil dan menengah di daerah-daerah tersebut yang telah menjadi kelompok baru dan penting dalam organisasi bisnis. Di sektor ini, UMKM dicirikan dengan jumlah karyawan yang besar, keterampilan karyawan yang beragam dan fleksibilitas untuk menggunakan teknologi baru untuk menghasilkan berbagai produk (keahlian) yang unik untuk bisnis internasional. Ada empat organisasi yang bekerja pada perubahan yang spesifik:

1. Fleksibilitas dan spesialisasi (*Flexible and specialization*): Bisnis dalam ekonomi (masyarakat) dapat dengan cepat mengubah teknologi elektronik, tetapi masih mengkhususkan diri dalam produksi produk tertentu.
2. Jumlah perusahaan yang terbatas (*limited entry*): Bisnis dalam masyarakat adalah bagian dari masyarakat itu sendiri, sehingga orang lain (orang luar) dibatasi untuk masuk.
3. Persaingan yang tinggi untuk inovasi: Perusahaan-perusahaan dalam sebuah industri (komunitas) berada di bawah tekanan konstan untuk berinovasi dan oleh karena itu melemahkan pesaing mereka.
4. Kerja sama yang tinggi: Persaingan atas upah dan tenaga kerja di antara perusahaan-perusahaan di pasar (komunitas) mendorong kerja sama yang baik di antara mereka.

Argumen utama dari tesis perubahan spesifik (*Tesis Flexible Specialization*) adalah bahwa seiring berjalannya waktu, UMKM akan tumbuh lebih cepat daripada perusahaan besar. Dalam kasus perubahan spesifik, ditekankan bahwa teknologi dapat meningkatkan

kelangsungan hidup UMKM, meningkatkan skala ekonomi dan memungkinkan UMKM menjadi perusahaan kecil yang dapat menjadi pemimpin keuangan. Untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam merespon perubahan yang cepat dalam perekonomian, menciptakan biaya yang lebih rendah, meningkatkan efisiensi dan meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan ekonomi (Tambunan, 2005).

C. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah

Terkait pengembangan ekonomi UMKM di Indonesia, pemerintah mengeluarkan Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2009 tentang pengembangan industri kreatif pada 5 Agustus 2009. Dengan memanfaatkan sumber daya ekonomi lokal dan produk dengan kandungan aditif rendah, kita akan mempercepat pengembangan ekonomi kreatif di berbagai daerah, berpusat pada instansi pemerintah yang menghasilkan produk berkualitas tinggi.

Kemungkinan-kemungkinan ini terkait dengan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi, dan kecemasan publik semakin meningkat. Untuk membina UMKM, pemerintah dan lembaga teknis yang menjalankan tugas pokok dan fungsi pembinaan UMKM juga berada di bawah pemerintah pusat dan daerah. Pengembangan beberapa strategi program atau perencanaan untuk memfasilitasi proses pengembangan daerah pusat dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

1. Konsep Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Dalam Bab 1 Bab 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah: (1) Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perseorangan dan/atau unit usaha seseorang yang memenuhi kriteria usaha sangat kecil berdasarkan Undang-Undang ini. (2) Usaha kecil didefinisikan sebagai usaha produktif tersendiri yang dijalankan oleh orang atau badan yang bukan merupakan

anak perusahaan atau cabang usaha yang secara langsung atau tidak langsung dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari usaha menengah atau besar yang sesuai dengan standar untuk usaha kecil dan menengah diatur oleh undang-undang ini. (3) Usaha menengah adalah usaha kecil atau besar yang dimiliki, dioperasikan, atau langsung atau tidak langsung dengan omzet bersih atau tahunan, yang jumlah kekayaannya dibentuk berdasarkan Undang-undang ini. Menurut definisi di atas, UKM pada dasarnya adalah suatu bentuk kegiatan ekonomi produktif yang dilakukan oleh perseorangan atau perseorangan yang memenuhi kriteria UKM.

2. **Pengembangan SDM Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah**

   Sama halnya dengan Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan sumber daya manusia dalam Pasal 16 pada ayat 1 huruf c dilakukan dengan: (a) Meningkatkan sosialisasi dan kewirausahaan, (b) Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; (c) Mendirikan dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk memberikan pendidikan, pelatihan, nasihat, motivasi, kreativitas kewirausahaan dan menciptakan wirausaha baru. Ketiga aspek tersebut mengartikan bahwa sumber daya manusia merupakan isu terpenting dalam pengembangan UKM yang menghasilkan wirausaha mandiri dari masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat perlu diberdayakan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya sehingga dapat mempengaruhi kualitas hasil yang dihasilkan untuk meningkatkan ekonominya demi kepentingan rakyatnya.

3. **Fokus Pembangunan Kesejahteraan Sosial**

   Mengikuti definisi kesejahteraan oleh Howard Jones (1990), tujuan utama pembangunan kesejahteraan adalah mengurangi kemiskinan dalam berbagai bentuknya. "*Hasil dari bantuan sosial antara lain adalah pengentasan kemiskinan, multi-investasi*." Ini menekankan bahwa bukan hanya

tentang "kemiskinan" (kemiskinan pendapatan) atau perumahan yang tidak layak huni, serta kapasitas dan efektivitas lembaga pelayanan, termasuk anak jalanan, pekerja anak, perdagangan manusia, pelacuran, dan pekerja migran. Ini juga mencakup masalah sosial terkait format lainnya. Pemerintah dan lembaga publik swasta (LSM, lembaga publik, lembaga publik) terlibat dalam pengentasan kemiskinan. Suharto (2009), konsep kesejahteraan juga membantu memperkuat hakekat pembangunan kesejahteraan sosial, dengan alasan bahwa kesejahteraan (*welfare*) dapat diartikan sebagai "kebahagiaan" atau "kondisi kelimpahan". Itu berarti "menyediakan layanan sosial" dan berarti "jenis manfaat tertentu, yang dirancang khusus untuk yang membutuhkan, terutama untuk orang miskin." Dengan kata lain, pengembangan jaminan sosial terutama mengacu pada penyediaan layanan sosial atau jenis manfaat tertentu oleh negara, seperti jaminan sosial bagi masyarakat miskin. Seperti di negara lain, pengembangan dukungan sosial difokuskan pada bidang pelayanan sosial (*social service/activities*), perlindungan sosial (*social protection*) dan pemberdayaan masyarakat (*community/social empowerment*). Tiga tindakan prioritas dilaksanakan berdasarkan pedoman atau strategi yang meliputi aspek pencegahan, pengobatan dan pengembangan.

D. Faktor Pendukung dan Penghambat UMKM

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah tergantung pada beberapa aspek. Satuan kerja pemerintah dibentuk sebagai mitra pemerintah daerah untuk memberikan pengetahuan dan keahlian kepada pemangku kepentingan UMKM melalui berbagai pelatihan, pelaporan, pelatihan dan pemantauan. Sumber daya manusia yang unggul membuktikan bahwa keterampilan dan kreativitas semua UMKM dapat membantu memperkuat industri kreatif. Potensi sumber daya alam juga bisa menjadi faktor pendukung. Mengetahui intensitas pengembangan sumber daya alam saat ini, strategi kreatif pengembangan industri oleh UMKM harus mempertimbangkan aspek politik yang diperlukan untuk menjawab tantangan sektor sumber daya alam.

Aisyah (2015) menyatakan bahwa "*ada disinsentif yang berlaku pada penyelenggaraan sektor UMKM, seperti masalah permodalan, kurangnya bahan baku berkualitas dan sarana infrastruktur untuk komersialisasi*". Pemilik UMKM mengakui bahwa pemasaran dilakukan semaksimal mungkin melalui kerja sama dengan orang-orang terdekat atau yang mereka kenal. Pemerintah kota sendiri mengakui telah melakukan berbagai kontak, konsultasi dan pengaturan atas nama UMKM mengingat upaya mereka untuk mengembangkan ekonomi kreatif ini. Namun, agar UMKM dapat berkembang sesuai harapan, perlu melibatkan berbagai kelompok kepentingan, terutama pada profesi yang terampil.

1. Faktor Pendukung UMKM

Faktor-faktor yang membantu UMKM menjadi lebih berdaya saing antara lain:

a. Akses terhadap fasilitas teknologi, informasi dan komunikasi Kemajuan UMKM di Indonesia sangat erat kaitannya dengan perkembangan teknologi saat ini. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa salah satu faktor pendorong berkembangnya UMKM adalah karena penggunaan fasilitas ICT (*technology, information*

and communication). Pelaku bisnis mulai menggunakan alat teknologi seperti *smartphone* untuk memperluas pasar bisnisnya dan menggunakan aplikasi komunikasi seperti *WhatsApp* dan media sosial untuk menjual produknya. Padahal, tujuan pemerintah adalah mendorong para pelaku UMKM memanfaatkan dunia digital, seperti *e-commerce*, untuk berjualan dan mengembangkan usahanya. Mengutip sumber berita, Kementerian Koperasi melaporkan sekitar 8 juta UMKM terdigitalisasi pada 2017. Angka tersebut mewakili 14% dari 59,2 juta UMKM Indonesia. Besarnya jumlah UMKM *Go-Digital* sejalan dengan target pemerintah menjadikan Indonesia energi digital Asia pada tahun 2020, sehingga jumlah ini diperkirakan akan terus bertambah.

b. Pinjaman Mudah untuk Dana Usaha Perkembangan UMKM di Indonesia tidak terlepas dari dukungan yang diberikan oleh perbankan Indonesia. Pembukaan kredit perbankan dan pengurangan kredit korporasi telah memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan usaha kecil. Memang mulai 2015, bank wajib memberikan pinjaman kepada usaha kecil. Suku bunga akan dimulai dari 5% dan meningkat menjadi 20% pada akhir tahun 2018. Selain itu, siapapun bisa menjadi pelaku UMKM dalam waktu sesingkat mungkin, apalagi modal dasar untuk memulai usaha dinilai tidak terlalu besar, apalagi untuk perusahaan kecil. Oleh karena itu, jumlah UKM di Indonesia akan terus meningkat.

c. Keringanan pajak PPH final pihak UMKM termasuk sebagai wajib pajak dan wajib menghitung, melaporkan dan melaporkan pajak penghasilan kepada pemerintah. Pajak yang harus dibayar dan dilaporkan adalah pajak pendapatan tetap atau *flat income tax*. Awalnya, tarif PPh final untuk UMKM adalah 1%, namun pada Juli 2018, pemerintah Indonesia menerbitkan Peraturan No. 23 Tahun 2018 yang menurunkan tarif pajak

penghasilan final untuk UMKM menjadi 0,5%. Perubahan final penurunan tarif PPH dimaksudkan untuk memudahkan pihak usaha kecil dalam memenuhi kewajiban perpajakannya kepada pemerintah. Tindakan ini dapat menciptakan peluang bisnis dan investasi dengan menurunkan tarif pajak penghasilan final yang diumumkan oleh usaha kecil. Pemotongan terakhir dalam tarif pajak penghasilan memiliki dampak yang agak positif. Menurut IRS, jumlah wajib pajak yang membayar PPh final UMKM semakin meningkat. Per Agustus 2018, ia memiliki 463.094 wajib pajak yang baru membayar pajaknya pada periode Desember, angka yang belum pernah membayar pajak usaha kecil pada periode sebelumnya. Dari jumlah tersebut, per 1 Juli 2018 telah terdaftar 311.197 wajib pajak baru. Tindakan yang dapat mendukung kinerja UMKM dalam meningkatkan daya saing sebagai berikut:

1) Tentang efektivitas pelaksanaan program pengembangan UMKM sebagai tempat pelatihan. Dengan rutin mengadakan pelatihan, pameran, seminar, dll, yang dapat memajukan dan mengembangkan manajemen perusahaan. Tentunya dengan pembinaan yang maksimal juga dapat menciptakan pelaku UMKM yang efisien dan efektif yang mampu bersaing di pasar dalam dan luar negeri. Sejauh ini animo pemangku kepentingan UMKM sangat positif dan mereka sangat antusias mengikuti berbagai arisan yang diadakan.
2) Terkait dengan alokasi anggaran atau *under budget* yang tidak berdampak sangat efektif pada semua program, mulai dari pendidikan hingga pengawasan. Aspek biaya dan anggaran memainkan peran penting di sini. Oleh karena itu, diperlukan situasi keuangan yang stabil dari pemerintah agar semua kegiatan pelatihan, pengembangan,

pemberdayaan, sosialisasi dan pengawasan berjalan dengan lancar dan sebagaimana mestinya.

3) Adanya keterbatasan teknologi produksi dan kemampuan manajemen, serta pengetahuan dan kemampuan manajemen usaha kecil dan menengah belum mampu merumuskan strategi usaha yang tepat. Kemampuan mengorganisir perusahaan sendiri dan karyawannya masih lemah, pembagian kerja menjadi tidak jelas, dan pengusaha seringkali harus bertindak sebagai '*one man show*'.
4) Sumber Daya Manusia, kurangnya pengawasan oleh Dinas Pelaku UMKM, masih banyak UMKM yang tidak terdaftar di koperasi dan pengurus UMKM, yang didirikan tanpa persetujuan jadwal rutin untuk melakukan pengawasan.
5) Relatif sulit memasuki pasar, mengantisipasi struktur pasar yang sangat kompetitif di antara industri kecil dan terkadang industri besar. Selain itu, kesulitan pemasaran muncul karena berbagai faktor pendukung penting seperti informasi perubahan dan peluang pasar yang ada baik di dalam maupun di luar negeri.

2. Faktor Penghambat UMKM

Faktor penghambat daya saing UKM adalah sebagai berikut:

a. Keterbatasan modal terutama terkait dengan terbatasnya akses langsung ke berbagai informasi, layanan, dan peluang keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan formal dan informal.
b. Teknologi produksi dan kemampuan manajemen terbatas, dan tidak mungkin menetapkan strategi bisnis yang tepat dengan pengetahuan dan kemampuan manajemen UMKM. Kemampuan perusahaan untuk mengorganisir diri dan karyawannya masih lemah, pembagian kerja kabur, dan majikan sering dipaksa untuk beroperasi dalam "tontonan satu orang". Struktur

pasar yang kompetitif dapat diharapkan membuat masuk pasar relatif sulit. Bukan hanya antar industri kecil, tapi terkadang juga antar industri besar.

c. Kesulitan pemasaran juga disebabkan oleh berbagai faktor *primer dan sekunder*, seperti informasi perubahan dan peluang pasar domestik dan internasional.
d. Keterampilan bisnis UMKM masih lemah, kualitas sumber daya manusia (SDM) masih terbatas, dan akses ke lembaga keuangan, terutama bank, masih terbatas.
e. Terbatasnya kemampuan UMKM dalam mengakses informasi untuk mempromosikan produk UMKM;
f. Kurangnya sumber daya manusia yang mampu menciptakan peluang usaha secara mandiri. Oleh karena itu, sumber daya manusia yang ada masih bisa dikatakan sangat lemah.

E. Konsep Pemberdayaan UMKM

Menurut Mubyarto (2002), pemberdayaan adalah upaya membangun kekuatan (masyarakat) dengan mengembangkan kapasitas, motivasi, persepsi, dan keinginan yang telah ada sebelumnya. Penguatan ekonomi nasional sebaiknya dilakukan oleh pemerintah bermitra dengan lembaga swadaya masyarakat dan perbankan. Pemberdayaan memiliki lima tugas utama, yaitu: (1) Penyadaran; (2) Organisasi; (3) kaderisasi pendamping; (4) dukungan teknis; (5) sistem administrasi.

Kartasasmita (1995), mengemukakan bahwa upaya pemberdayaan harus dilaksanakan dengan tiga cara, yaitu: (a) Menciptakan suasana yang kondusif bagi pembangunan sosial (b) meningkatkan potensi masyarakat dengan menyediakan infrastruktur fisik dan sosial bagi lapisan masyarakat terbawah; (c) pemberdayaan untuk melindungi dan membela yang rentan; Sedangkan Erwidodo (1999) adalah pelaku ekonomi yang lemah diberi kesempatan untuk meningkatkan keterampilan wirausaha (*entrepreneurial spirit*). Inti dari pemberdayaan ekonomi berbasis kerakyatan adalah

memberdayakan UMKM, koperasi, dan kelompok masyarakat agar mampu berdikari di bidang ekonomi sehingga mampu mengembangkan kegiatan ekonomi produktif dan ekonomi kreatif secara berkelanjutan.

Menurut Laporan Sintesis Ekonomi Kreatif UNCTAD-UNDP (2008), industri kreatif dapat berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dengan:

1. Industri kreatif dapat mendorong peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja dan pendapatan ekspor.
2. Industri kreatif juga dapat berkontribusi pada aspek sosial, keragaman budaya, dan pengembangan bakat.
3. Industri kreatif mempromosikan aspek ekonomi, budaya dan sosial yang berkaitan dengan teknologi, kekayaan intelektual dan pariwisata.
4. Ini adalah serangkaian jenis kegiatan ekonomi intensif pengetahuan dengan aspek pembangunan dan hubungan antara tingkat ekonomi makro dan mikro secara keseluruhan.
5. Ini adalah opsi pengembangan yang layak yang mendorong inovasi interdisipliner, respons kebijakan, dan tindakan antarlembaga.

Menurut Ballinger *et al*. (2004) dan *Maine Department of Economics and Communities* (2006), industri kreatif menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, menghasilkan modal, mendorong pembaharuan, dan meningkatkan kekayaan dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Jenis kreativitas yang membentuk ekonomi kreatif, yaitu kreativitas ilmiah. kreativitas ekonomi, kreativitas budaya dan kreativitas teknologi.

Menurut Barney (2009), mengatakan bahwa aspek-aspek yang mempengaruhi pemberdahaan UMKM yang berdampak terhadap kinerja yaitu (a) faktor internal yang kuat, (b) lingkungan eksternal, dan (c) pengaruh usaha itu sendiri melalui pendekatan kompetisi dari suatu proses atau perspektif perilaku. Permendiknas No.2 tahun 2009 tentang

standar proses. mengatakan bahwa daya saing adalah "*tanda hasil yang lebih baik, lebih cepat, dan lebih bermakna*." Permendiknas No. 41 tahun 2007, teknik tersebut antara lain:

1. Kemampuan memperkuat posisi pasar.
2. Kemampuan untuk berinteraksi dengan dunia luar.
3. Kemampuan meningkatkan produktivitas tanpa batas.
4. Kemungkinan mendapat untung dari bisnis apa pun.

Model konseptual daya saing usaha kreatif yang terdiri dari daya saing, keterampilan organisasi, keterampilan kewirausahaan, dan produktivitas disajikan. Hubungan antara berbagai kompetensi dan faktor kompetitif mendasari model yang diusulkan dan tiga tujuan bisnis utamanya. Membangun perusahaan yang menciptakan persaingan yang cukup, membangun keterampilan organisasi, dan membuat asumsi saat menetapkan tujuan bisnis dalam proses pengembangan.

F. Peran UMKM Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat

Usaha kecil akan berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama di masa mendatang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari di wilayah sekitarnya. Dalam hal ini peran usaha kecil dalam kegiatan perekonomian masyarakat sangat besar, dan UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Keberadaan UMKM membuktikan bahwa mereka dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia dalam banyak hal.

Ketika krisis moneter melanda Indonesia pada tahun 1998, keberadaan UMKM relatif lebih besar dibandingkan dengan perusahaan besar. Hal ini karena sebagian besar UMKM tidak terlalu mengandalkan pinjaman modal besar atau mata uang asing. Oleh karena itu, dengan fluktuasi nilai tukar, krisis terutama akan mempengaruhi perusahaan besar yang sebagian besar menggunakan pinjaman mata uang asing.Menurut Kementerian Koperasi (2005), UMKM

memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia yaitu; (1) posisinya sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi di berbagai sektor; (2) pemberi atau penyedia lapangan kerja terbesarnya; (3) pemain utama dalam pengembangan kegiatan ekonomi daerah dan penguatan masyarakat lokal; (4) Mereka yang menciptakan pasar baru dan sumber inovasi. (5) Memberikan kontribusi dalam pemeliharaan neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

Terbukti, keberadaan UMKM berperan sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Seperti halnya di negara kita pasca badai krisis ekonomi tahun 1996, keberadaan usaha kecil menengah masih sangat besar dan berpotensi untuk bertahan dan berkembang lebih jauh. Saat krisis ekonomi melanda, mereka juga kaget dan terguncang, namun dengan jiwa dan semangat kewirausahaan yang kuat, mereka mampu mengatasi keterpurukan secara perlahan dan bermanfaat bagi masyarakat dan negara. Usaha Mikro Kecil dan Menengah memegang peranan yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat Indonesia, dimana Pemerintah Indonesia juga menyadari pentingnya UMKM.

Pemerintah memberikan perhatian kepada UMKM untuk mendukung perekonomian masyarakat, dimana keberadaan UMKM dapat berdampak langsung pada peningkatan taraf hidup masyarakat. Ada tiga alasan utama mengapa pemerintah harus mendorong lebih lanjut pengembangan UMKM yang ada. ***Pertama***, usaha kecil umumnya mampu menyerap dan menghasilkan tenaga kerja yang cukup produktif. ***Kedua***, berinvestasi dalam dan menggunakan teknologi sering mengarah pada peningkatan produktivitas. ***Ketiga*** menunjukkan bahwa usaha kecil lebih fleksibel daripada usaha besar.

Menurut Biro Statistik Nasional, kesejahteraan adalah keadaan mampu memenuhi semua kebutuhan fisik dan mental keluarga sesuai dengan standar hidup mereka. Ada

juga beberapa indikator yang tersedia di Badan Pusat Statistik (BPS) untuk mengukur kesejahteraan masyarakat.

1. Penghasilan, penghasilan, atau penghasilan merupakan indikator yang dapat menunjukkan kesejahteraan masyarakat. Total pendapatan moneter yang diterima oleh individu atau rumah tangga selama periode waktu tertentu (satu tahun). Pendapatan terdiri dari pendapatan yang diperoleh, pendapatan properti (sewa, bunga, dividen, dll.) dan tunjangan pemerintah. hujan.
2. Keberadaan perumahan sebagai tempat tinggal, desa, dan tempat tinggal merupakan kebutuhan dasar manusia dan sekaligus berfungsi sangat strategis sebagai landasan pembentukan keluarga untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di masa depan. Keberadaan rumah juga merupakan bagian dari kesehatan masyarakat, dan rumah yang sehat dan nyaman adalah rumah yang akan menjaga kesehatan setiap orang yang tinggal di dalamnya.
3. Pendidikan Pendidikan merupakan hak setiap warga negara untuk mengembangkan potensi dirinya dalam proses pembelajaran. Setiap warga negara Indonesia berhak memperoleh pendidikan yang bermutu sesuai dengan minat dan kemampuannya, tanpa memandang letak ekonomi, sosial, suku, agama, atau letak geografisnya.
4. Kesehatan, kesehatan merupakan ukuran kesejahteraan sosial dan indikator keberhasilan program pembangunan.
5. Jika sakit, akan sulit bagi orang yang sakit untuk berjuang sendiri. Oleh karena itu, berbagai upaya pembangunan di bidang kesehatan harus merangkul semua lapisan masyarakat dan tidak boleh diskriminatif dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan ukuran-ukuran atau indikator kesejahteraan di atas, proses pertumbuhan ekonomi adalah pertumbuhan yang mendukung perkembangan manusia yang lebih baik. Menurut Sukirno, indikator kesejahteraan bukan hanya pola konsumsi, tetapi juga aspek yang berkaitan

dengan pengembangan potensi dan kemampuan yang merupakan aset penting untuk mencapai kesejahteraan. Skirno mengkategorikan kesejahteraan menjadi tiga kelompok:

1. Kelompok yang ingin membandingkan tingkat kekayaan dua negara dengan memperbaiki cara menghitung pendapatan nasional.
2. Kelompok yang mencoba mencocokkan pendapatan masyarakat dibandingkan dengan perbedaan tingkat harga di seluruh negeri.
3. Kelompok ini, yang berupaya membandingkan tingkat kekayaan masyarakat lintas negara, didasarkan pada data non-moneter.

Kesejahteraan manusia dapat diukur dengan perhitungan fisik dan non fisik seperti konsumsi per kapita, tingkat kejahatan, tenaga kerja, status ekonomi, dan akses ke media. Kesejahteraan masyarakat juga dapat diukur dengan menggunakan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) yang menggabungkan tiga faktor yaitu usia, tingkat pendidikan, dan taraf hidup layak.

BAB VIII
UMKM PASCA UU CIPTA KERJA

Pemerintah memberlakukan PP No. 7 tahun 2021 tentang Dukungan, Perlindungan, dan Promosi Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (PP UMKM) dan 48 peraturan pelaksanaan lainnya. PP UMKM telah mengubah banyak peraturan yang sebelumnya termasuk dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM). Salah satu bagian penting dari Kebijakan Penciptaan Lapangan Kerja yang disiapkan oleh pemerintah adalah terkait dengan dukungan terhadap sektor UMKM. UU Cipta Kerja akan meningkatkan minat masyarakat untuk memulai usaha, terutama bagi UMKM, karena akan mempermudah perizinan.

Salah satu poin utama dari UU Cipta Kerja adalah penyederhanaan dan simplifikasi perizinan, serta harmonisasi berbagai peraturan perundang-undangan. Kesulitan dan beban pengurusan izin, ketidakpastian waktu dan biaya tidak hanya akan mengurangi minat masyarakat untuk memulai usaha, tetapi juga akan menimbulkan masalah dan beban bagi para pekerja (terutama usaha kecil dan mikro) dalam memperoleh izin dan bekerja. Selama ini UMKM mengalami kesulitan dalam memperoleh pinjaman, karena masalah legalitas usaha. Dengan adanya UU Cipta Kerja, perizinan menjadi lebih mudah, nyaman, dan menjadi layanan bagi masyarakat dan dunia bisnis.

Menurut undang-undang tersebut, persyaratan untuk UMKM dalam Bab V Dukungan, Perlindungan, dan Promosi Usaha Kecil dan Menengah telah direvisi. Melalui *Omnibus Law*, pemerintah mengubah kriteria UMKM sebelumnya yang ketat berdasarkan total modal dan biaya. Undang-Undang Cipta Kerja juga mendukung promosi UMKM dan ekosistem *e-commerce* dari berbagai sumber. Hal ini mencakup perizinan, sertifikasi, pembiayaan, akses pasar, pendidikan, pengembangan digital, penggunaan energi, serta pemasaran dan lingkungan bisnis dalam *e-commerce*.

UU Cipta Kerja juga mengatur pengembangan ekosistem *e-commerce* yang dapat mendukung upaya

digitalisasi usaha kecil dan mikro, termasuk percepatan perluasan secara keseluruhan yang didukung dan difasilitasi oleh pemerintah pusat dan daerah. Pemerintah terus mendukung digitalisasi UMKM sebagai hasil dari dua poin utama pemerintahan ini, yaitu proses Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dan transformasi digital.

A. Kriteria UMKM Menurut PP No. 7/2021

Peraturan Pemerintah (PP) No. 7/2021 tentang Pembinaan, Perlindungan dan Peningkatan Kapasitas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) yang dikeluarkan Pemerintah pada 16 Februari 2021. Peraturan ini diterbitkan bersama dengan 48 Peraturan Pelaksana lainnya dalam UU Cipta Kerja Tahun 2020 No. 11 (UU Cipta Kerja). Undang-Undang Pemerintah tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) mengubah beberapa ketentuan yang sebelumnya diatur dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UU UMKM). Salah satunya adalah aturan mengenai standar UMKM kecil itu sendiri.

Standar baru untuk UMKM diatur dalam Pasal 35-36 Peraturan Pemerintah tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PP UMKM). Dalam pasal ini UMKM dapat dikelompokkan menurut kriteria permodalan komersial atau hasil omzet tahunan. Kriteria modal kerja digunakan pada saat pendirian atau pendaftaran kegiatan UMKM jika penggabungan terjadi setelah penerapan PP UMKM. Modal dasar terdiri dari:

1. Usaha Mikro (UM) dengan modal usaha paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
2. Usaha Kecil (UK) dengan modal usaha antara Rp. l.000.000.000,- (satu miliar rupiah) sampai dengan Rp. 5.000.000.000,- (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

3. Usaha Menengah dengan modal usaha antara Rp.5.000.000.000,- (lima miliar rupiah) sampai dengan Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh rniliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Sedangkan UMKM berdirinya sebelum diberlakukannya Peraturan PP UMKM, sehingga UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria hasil penjualan tahunan, dimana kriteria hasil penjualan tahunan terdiri atas:

1. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 2.000.000.000,- (dua miliar rupiah)
2. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan antara Rp. 2.000.000.000,- (dua miliar rupiah) sampai dengan Rp. 15.000.000.000,- (lima belas miliar rupiah)
3. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan antara Rp. 15.000.000.000,- (lima belas miliar rupiah) sampai dengan Rp. 50.000.000.000,- (lima puluh miliar rupiah).

Nilai nominal dari standar di atas dapat berubah sesuai dengan perkembangan ekonomi. Selain modal kerja dan tingkat penjualan tahunan, departemen/lembaga memiliki sumber lain seperti penjualan, ekuitas, investasi, jumlah karyawan, insentif dan pembatasan, konten lokal, dan/atau penggunaan teknologi ramah lingkungan. Tergantung kepentingan tertentu, sesuai dengan kriteria masing-masing sektor ekonomi (Pasal 36 PPMKM). Pasal 6 Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM) mengatur standar untuk UMKM dengan cara yang sangat berbeda dari Peraturan Pemerintah (PP) tentang UMKM, dimana perbandingannya dapat dilihat sebagai:

INDIKATOR	UU UMKM	PP UMKM
Pengelompokan UMKM	UMKM dikelompokkan berdasarkan nilai aktiva bersih atau hasil penjualan tahunan. Kekayaan bersih adalah jumlah aset	UMKM dikelompokkan menurut kriteria modal komersial atau hasil penjualan tahunan. Modal

	dikurangi kewajiban atau kewajiban.	usaha adalah modal sendiri dan modal pinjaman untuk menjalankan kegiatan usaha.
Kekayaan Bersih atau Modal Usaha	1. Usaha Mikro: maksimal Rp. 50 juta 2. Usaha Kecil: antara Rp. 50 juta sampai dengan Rp. 500 juta 3. Usaha Menengah: antara Rp. 500 juta sampai dengan Rp. 10 miliar Semuanya diluar tanah dan bangunan yang digunakan sebagai tempat usaha.	1. Usaha Mikro: maksimal Rp. 1 miliar 2. Usaha Kecil: antara Rp. 1 miliar sampai dengan Rp. 5 miliar 3. Usaha Menengah: antara Rp. 5 miliar sampai dengan Rp. 10 miliar Semuanya diluar tanah dan bangunan yang digunakan sebagai tempat usaha.
Hasil Penjualan Tahunan	1. Usaha Mikro: paling banyak Rp. 300 juta 2. Usaha Kecil: lebih dari Rp. 300 juta – paling banyak Rp. 2,5miliar 3. Usaha Menengah: lebih dari Rp. 2,5miliar – paling	1. Usaha Mikro: paling banyak Rp. 2 miliar 2. Usaha Kecil: lebih dari Rp. 2 miliar – paling banyak Rp. 15 miliar 3. Usaha Menengah:

	banyak Rp. 50miliar	lebih dari Rp. 15 miliar – paling banyak Rp. 50 miliar

B. Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Era UU Cipta Kerja

Dalam salah satu Pasal 34 Ayat 2 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia sejak tahun 1945, setelah Amandemen ke-4, Negara menetapkan suatu sistem jaminan sosial untuk semua rakyat Indonesia. Ada pepatah yang mengatakan bahwa kekuatan manusia membuat yang lemah menjadi kuat. Kami menemukan bahwa Pasal 34 membahas aspek kesejahteraan masyarakat untuk memenuhi amanat UUD 1945 untuk memperkuat mereka yang sangat rentan. Salah satu contoh penguatan kelompok rentan adalah penguatan kelompok sosial di UMKM. Pemerintah mengambil langkah pencegahan untuk melindungi UMKM. UU No. 20 Tahun 2008 lebih mengatur tentang fungsi dan hak UMKM untuk mengejar pertumbuhan ekonomi. Selain itu, undang-undang mewajibkan pemerintah daerah untuk melindungi di bidang pembiayaan dan investasi.

Pembukaan UU UMKM No. 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 harus diwujudkan melalui pembangunan ekonomi yang berdasarkan demokrasi ekonomi. Sesuai Ketetapan MPR RI Nomor XVI/MPRRI/1998 tentang Ekonomi Politik Dalam Rangka Demokrasi Ekonomi, UMKM harus diperkuat sebagai bagian integral dari perekonomian nasional. Posisi, peran, dan potensi yang strategis untuk mencapai struktur ekonomi nasional yang lebih berimbang. Pemberdayaan UKM harus menjadi cara yang komprehensif

dan optimal untuk memperkuat posisi, peran dan potensi UMKM dalam pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lingkungan yang memberikan peluang, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha yang sebaik-baiknya yang harus dilakukan dengan cara yang berkelanjutan. Pemerataan, penciptaan pendapatan, penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan (Suhardi, 2012).

Belakangan, pada 20 Oktober 2019, diketahui pula Presiden Joko Widodo dalam pidatonya mengatakan akan segera mengubah puluhan amandemen undang-undang yang menghambat penciptaan lapangan kerja (Ihasnudin, Setahun Jokowi dan pidatonya). RUU tentang penciptaan dan penguatan lapangan kerja bagi UMKM masih dalam tahap penyusunan. Rancangan Undang-Undang (RUU) ini dibuat untuk mempromosikan lingkungan bisnis di Indonesia. Dalam perkembangannya, kedua RUU ini kemudian digabung menjadi satu RUU-nya dengan Nomenklatur Cipta Kerja. Urgensi tersebut bersumber dari dinamika perubahan global yang perlu direspon dengan cepat dan tepat, karena pertumbuhan ekonomi akan melambat tanpa adanya restrukturisasi kebijakan (Aziz dan Febriananingsih, 2020). Teks lengkap UU Cipta Kerja menyatakan:

> "*Peraturan terkait percepatan proyek strategis nasional, seperti pembinaan, perlindungan, dan peningkatan kapasitas koperasi dan usaha kecil dan menengah, perbaikan ekosistem investasi, serta perlindungan dan peningkatan kesejahteraan pekerja, saat ini sedang digodok. Itu diatur oleh undang-undang dan perubahan diperlukan untuk memenuhi tuntutan undang-undang untuk mempercepat penciptaan lapangan kerja*."

Sehubungan dengan itu, pengesahan UU Cipta Kerja diharapkan dapat menjadi pendorong pertumbuhan struktur ekonomi, dan laju pertumbuhan ekonomi yang menyebar ke sektor lain sebesar 5,7-6%. Peningkatan investasi di sektor usaha diharapkan

berdampak positif pada pertumbuhan biaya dan produktivitas, serta penciptaan lapangan kerja yang layak untuk meningkatkan pendapatan dan daya beli rumah tangga. Ketika produktivitas meningkat, tingkat upah mungkin meningkat di masa depan.

Namun, setelah pengesahan RUU Cipta Kerja, perkembangan hingga saat ini terbukti kontroversial di masyarakat penolakan. Penolakan UU Cipta Kerja didasarkan pada pandangan bahwa UU Cipta Kerja dipandang menguntungkan pengusaha dan investor asing. Undang-undang ini mengabaikan perlindungan karyawan, lingkungan dan sumber daya alam. Pemerintah disebut hanya tertarik untuk meningkatkan peringkat kemudahan berbisnis. Selain perdebatan pro dan kontra UU Cipta Kerja, terdapat perkembangan positif dalam hal kemudahan berusaha dan pemberdayaan UMKM dalam hal yang diatur dalam UU tersebut. Hal ini penting karena UMKM adalah tulang punggung perekonomian negara, dan meskipun UMKM adalah usaha kecil, namun mereka dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dan bahkan selama krisis ekonomi tahun 1998 dan pertengahan 2008, UMKM jenis inilah yang relatif dapat bertahan dibandingkan dengan perusahaan besar (Manurung, 2008).

Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil, sejak krisis ekonomi 1997-1998, jumlah UMKM justru meningkat. Pada tahun tersebut juga terdapat 64.199.606 pengusaha di Indonesia, dimana 99,99% atau 64.194.057 adalah usaha kecil dan menengah (UKM). Sisanya sekitar 0,1% atau 5550 adalah pemilik perusahaan besar. Dengan demikian data menunjukkan bahwa sektor UMKM merupakan subsektor pelaku pasar yang memiliki potensi besar bagi perekonomian Indonesia.

Daya serap tenaga kerja UMKM mencapai 117 juta tenaga kerja, atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Di sisi lain, kontribusi UKM terhadap perekonomian

nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya sebesar 38,9% ditempati oleh pelaku ekonomi besar. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) ini didominasi oleh usaha kecil yang mencapai 98,68% dan menyerap sekitar 89% tenaga kerja. Sedangkan kontribusi pergerakan usaha kecil terhadap produk domestik bruto (PDB) tahun 2020 sekitar 37,3%, turun 38,14% dari tahun lalu (Sasonggo, 2020).

Dari tahun 2010 hingga 2019, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2018 sebesar 61,07% lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan besar sebesar 38,93%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kecil menyediakan sebagian besar bisnis dibandingkan dengan perusahaan besar. Selain itu, perhatian Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) terhadap UMKM telah ditetapkan melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah (UU-UMKM). Undang-undang ini membuat UMKM lebih fleksibel dalam pergerakannya karena payung hukum sudah ada (Aziz dan Febriananingsih, 2020).

Kontribusi UMKM terhadap PDB pada tahun 2020 sebesar 37,3%, turun 38,14% dari tahun 2019. Penurunan tersebut kemungkinan juga didorong oleh pandemi yang melanda tanah air. Indonesia yang masih berada pada level negara berkembang aktif mendorong perkembangan ekonomi UMKM. Sebagai salah satu strategi yang ampuh untuk mempercepat pembangunan ekonomi di berbagai daerah, dalam konteks pengembangan UMKM terdapat berbagai macam kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah untuk lebih mendorong pertumbuhan dan perkembangan UMKM, yaitu:

1. Potensi untuk pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah di daerah sangat besar.
2. Pengembangan UMKM harus sejalan dengan budaya dan kemampuan lokal.
3. Sektor UMKM berperan sangat penting dalam mengatasi masalah sosial di daerah dengan tingkat penyerapan

tenaga kerja sangat tinggi.

4. Pertumbuhan sumber daya manusia, penggunaan teknologi, akses permodalan, akses pemasaran, akses informasi dan peran manajemen sangat penting bagi perkembangan usaha kecil.
5. Sumber daya alam dan manusia, serta pasar dunia yang semakin terbuka memiliki potensi besar di era global jika dikelola secara efektif dalam bentuk kemitraan (Abidin, 2008).

Rintangan tersulit yang dihadapi pemilik usaha kecil terkait dengan modal, manajemen keuangan perusahaan, akses pemasaran, dan berbagai target perusahaan. Baru-baru ini, karena kegiatan UMKM telah dialihkan ke perusahaan besar, peluang bisnis bagi UKM semakin menyempit. Migrasi perusahaan besar dengan kekuatan modal yang kuat dan tata kelola perusahaan yang kuat telah merambah jaringan bisnis dari perusahaan hulu ke perusahaan hilir, sehingga membuat usaha kecil dan menengah sulit berkembang dan menghambat mereka untuk berbisnis (Yusri, 1998). Ekonom Romuli Atmasamita berpendapat bahwa pendekatan negatif terhadap globalisasi dan liberalisasi terwujud dalam kasus persaingan tidak sehat dan monopoli di dunia bisnis, tanpa mempedulikan pelaku UMKM lokal (Atmasmita, 2012).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga berjuang untuk mencapai kesetaraan, khususnya dalam hal tata kelola pasar dan akses ke modal yang dihimpun oleh bank dan lembaga keuangan. Sebaliknya, perusahaan besar memiliki kendali atas sumber daya ekonomi masyarakat sehingga membatasi peluang UMKM (Rachbini, 1995). Sektor keuangan, proses deregulasi, dan model yang sangat liberal juga diterapkan pada berbagai bidang investasi, membuat kegiatan ekonomi tidak dapat diakses oleh banyak orang.

Akibat hegemoni proses liberalisasi ekonomi, UMKM tentunya membutuhkan perlindungan hukum agar dapat berkembang dan tetap berdaya saing. Kurangnya perlindungan hukum bagi UMKM, sehingga membuat

UMKM di Indonesia menghadapi kesulitan untuk berkembang (Kurniastuti, 2013). Tetapi fakta ini sering disalahpahami oleh pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat. Keterbatasan modal, tenaga yang berkualitas, dan lemahnya pengetahuan tentang teknologi dan keterampilan yang merupakan kekurangan UMKM, bukan akibat kurangnya perlindungan dan pemberdayaan yang memadai (Skarmi, 2016). Padahal, kita semua tahu bahwa kebijakan pemerintah di tingkat makro seringkali salah arah, tidak tepat sasaran dan gagal melindungi UMKM dari persaingan korporasi.

C. Perlindungan Hukum Terhadap UMKM Pasca Pemberlakuan Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja

Sebagai negara hukum, sudah sepantasnya pemerintah mengembangkan konsepsi dasar tentang periode pemerintahan tertentu. Di dalamnya terkandung pedoman hukum tentang arah pembangunan hukum nasional. Kurangnya perlindungan membuat pengembangan UMKM di Indonesia, namun sayangnya sering disalahpahami oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Keterbatasan modal, tenaga kerja yang berkualitas, dan penguasaan teknis yang rendah dipandang sebagai penyebab kekurangan UMKM dan bukan akibat dari kurangnya perlindungan dan pemberdayaan yang memadai. Padahal, kita semua tahu bahwa kebijakan ekonomi makro pemerintah seringkali salah arah, tidak tepat sasaran dan gagal melindungi UMKM dari persaingan korporasi (Khairandy, 2003).

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjelaskan tujuan UMKM dalam Pasal 3, yaitu; UMKM bertujuan untuk membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan." Di sisi lain, tujuan penguatan UMKM menurut Pasal 5, yaitu; (a). Mewujudkan struktur ekonomi

nasional yang seimbang, maju, dan berkeadilan. (b). Meningkatkan dan mengembangkan kemampuan UMKM agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. (c). Memperkuat peran UMKM dalam pembangunan daerah, menciptakan lapangan pekerjaan, pemerataan pendapatan masyarakat, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berperan penting dalam keberlangsungan perekonomian Indonesia. Kontribusi sektor UMKM terhadap PDB diperkirakan akan meningkat sebesar 5% pada tahun 2019. Dengan pertumbuhan yang diharapkan tersebut, kontribusi keseluruhan UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) pada tahun 2019 dapat mencapai 65% atau sekitar Rs. 2.394,5 miliar. Kontribusi UMKM terhadap PDB nasional pada tahun 2019 adalah sekitar 60,34% (Yusri, 1998).

Dibalik potensi besar UMKM terdapat beberapa faktor yang menghambat perkembangannya. Faktor tersebut meliputi modal, manajemen dan sumber daya manusia, termasuk kelemahan dalam sistem produksi. Kurangnya informasi akses pasar juga menghambat UMKM dalam memasarkan produknya. Kerugian tersebut diperparah dengan adanya klaim illegal yang sulit diberantas (Sumampouw, Kurnia dan Arrobi, 2021).

Fokus pemerintah pada sektor UMKM tercermin sangat jelas dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Hal ini karena pemerintah sangat berkepentingan untuk melindungi dan mengembangkan sektor UMKM. Undang-undang ini disusul dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Pembinaan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Sebelum penyusunan PP ini, diterbitkan PP 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan UU No. 20 Tahun 2008. Inti dari PP ini adalah peran pemerintah pusat dan daerah dalam mendorong pengembangan usaha kecil. Salah satunya adalah memastikan partisipasi preferensial UMKM dalam

program pemerintah untuk pengadaan barang dan jasa (Sitorus, 2018).

Secara umum, permasalahan yang dihadapi UMKM adalah kekurangan modal, kesulitan dalam pemasaran produknya, persaingan yang ketat, masalah bahan baku, kurangnya teknis produksi dan pengalaman, kurangnya kemampuan manajemen, kurangnya pengetahuan tentang manajemen keuangan, dan lingkungan usaha yang tidak menguntungkan (perizinan, hukum dan undangan hukum). Sementara itu, hasil survei UMKM yang dilakukan oleh Bank Indonesia menunjukkan bahwa permasalahan dan keterbatasan UMKM dapat dilihat dari perspektif UMKM dan perbankan. Dari perspektif UMKM, ada empat penyebab UMKM berkinerja rendah yaitu; (a) Kemudahan untuk memperoleh izin, (b) Kemampuan pengelolaan keuangan usaha kecil, (c) ketepatan waktu dan jumlah pinjaman yang diterima, (d) tenaga kerja terampil (Hadiwidjaja dan Hartati, 2013).

Penting untuk diingat, meskipun UMKM memainkan peran penting dalam ekonomi global, mereka menghadapi beberapa hambatan dalam pengimplementasiannya, khususnya di Indonesia. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) merangkum hambatan pengembangan UMKM di Indonesia sebagai berikut:

1. Jumlah UMKM semakin meningkat secara kuantitas, namun tidak berbanding lurus dengan produktivitas dan kualitasnya, dimana terjadi penurunan kinerja pada usaha kecil. Hal ini memaksa UMKM untuk meningkatkan produktivitas mereka, sehingga dapat bersaing dengan perusahaan besar. Menurut Bappenas, hal ini disebabkan beberapa faktor, seperti; kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang rendah, manajemen organisasi yang terbatas, kemampuan teknis dan pemasaran UMKM, dan potensi kewirausahaan UMKM yang rendah.
2. Keterbatasan akses terhadap sumber daya, terutama

modal, teknologi, informasi dan pemasaran. Seperti disebutkan di atas, UMKM memiliki beberapa keunggulan, namun UMKM memiliki tantangan terhadap pembiayaan dari pihak ketiga. Bank Dunia menemukan bahwa lebih sulit bagi UMKM untuk mendapatkan pinjaman bank daripada usaha besar (Bank, 2022). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sering mengandalkan modal dan kekayaan pribadi mereka untuk menjalankan bisnis mereka.

3. Secara statistik, banyak UMKM yang muncul di masyarakat, namun hanya sedikit yang benar-benar beroperasi sesuai dengan hukum dan peraturan yang relevan. Kemunculan UMKM tersebut tidak diimbangi dengan kualitas tata kelola organisasi yang baik (*Good Corporate Governance*).
4. Bentuk organisasi yang dapat dipercaya dan berbisnis adalah koperasi, tetapi kualitas koperasi masih rendah. Operasi koperasi mencakup banyak elemen yang para pendiri, manajer dan karyawan harus bekerja sama. Dalam prakteknya, salah satu syarat pendirian koperasi adalah harus beranggotakan sekurang-kurangnya 20 orang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 (1) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian. Tentu saja, keberadaan ketentuan ini semakin tidak sesuai dengan semangat badan usaha swasta yang tertuang dalam UU UMKM.
5. Lingkungan usaha yang kurang kondusif menjadi salah satu penyebab sulitnya UMKM untuk bersaing. Bappenas menyebut hal itu karena ketidakpastian dan ketidakjelasan dalam proses perizinan UMKM. Hal ini mengakibatkan tingginya biaya bisnis, lingkungan bisnis yang tidak berkelanjutan, dan kurangnya koordinasi di antara otoritas pendukung UMKM.
6. Jumlah UMKM tanpa struktur usaha formal menurut Bank Dunia saat ini lebih banyak, karena UMKM yang memiliki struktur usaha informal lebih banyak

dibandingkan UMKM dengan struktur usaha formal berbentuk Perseroan Terbatas (PT), *Commanditaire Vennootschap* (CV), Firma (Fa) dan lainnya. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang resmi berkisar antara 70 juta hingga 100 juta, sedangkan UMKM informal berkisar antara 285 juta hingga 345 juta. Bank Dunia juga percaya bahwa UMKM beroperasi lebih baik dan berkelanjutan ketika mereka beroperasi secara formal, karena mereka tunduk pada akses keuangan, pertumbuhan pendapatan, dan meningkatkan penerimaan pajak negara.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah membuthkan perlindungan hukum negara untuk dapat berkembang dan bersaing dengan perusahaan lainnya. Usaha kecil tidak dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, sehingga mereka tidak dapat disejajarkan dengan perusahaan yang jauh lebih besar. Dengan demikian perlindungan hukum merupakan kata kunci penting bagi UMKM untuk dapat bersaing, karena tantangan terhadap liberalisasi ekonomi yang semakin besar. Prinsip-prinsip perlindungan hukum dagang khususnya dalam kaitannya dengan kegiatan UMKM adalah sebagai berikut (Khairandi, 2003):

1. Prinsip ekonomi yang dirumuskan oleh para penggagas atau pendiri UUD 1945, secara seksama diupayakan untuk membangun perekonomian rakyat Indonesia sesuai dengan prinsip ekonomi untuk mencapai tujuan nasional yaitu masyarakat yang adil dan makmur.
2. Prinsip melindungi kepentingan nasional, sesuai dengan Pasal 33 ayat 2 dan 3 UUD 1945 mengatur tentang penguasaan industri oleh pemerintah untuk kepentingan nasional. Penguasaan negara atas sektor-sektor produksi tersebut didasarkan pada keinginan untuk melindungi kepentingan masyarakat luas guna memenuhi kebutuhan pokoknya.
3. Prinsip-prinsip perlindungan hukum internasional dan perdata. Selain aspek hukum nasional yang ditujukan

untuk meningkatkan daya saing barang dan jasa nasional, perekonomian nasional juga harus mematuhi prinsip-prinsip perlindungan hukum internasional.

4. Prinsip untuk melindungi kelompok rentan secara ekonomi, berbagai regulasi tentang pengembangan UMKM yang dikeluarkan pemerintah, sehingga menunjukkan pemerintah menaruh perhatian terhadap UMKM. Ketentuan tersebut tertuang dalam UU UMKM No. 20 Tahun 2008 untuk melindungi UU Usaha Kecil.
5. *General Agreement on Tariffs and Trade* (**GATT**) merupakan prinsip perlindungan kepentingan nasional, dimana kepentingan ekonomi negara harus dilindungi dari praktik bisnis yang tidak adil oleh pengusaha dalam dan luar negeri.

Upaya yang harus dilakukan pemerintah untuk memberdayakan UMKM adalah meningkatkan aspek permodalan, kebebasan pasar, dan penguasaan teknologi, korporasi dan masyarakat dengan mengubah orientasi politik dan ekonomi fundamental (Hafni dan Rozali, 2015). Kebijakan pemberdayaan harus dilaksanakan dengan keberpihakan terhadap perekonomian nasional untuk meningkatkan kualitas UMKM, sehingga UMKM mampu bersaing dalam dunia usaha dan pasar bebas (Hafni dan Rozali, 2015). Menurut Teguh Sulistia, pemberdayaan UMKM memiliki implikasi penting terhadap pembangunan ekonomi nasional dan kesejahteraan masyarakat, karena; (a) UMKM merupakan pilar perkonomian dan pembangunan nasional yang dilindungi dan dibina oleh pemerintah, (b) UMKM memiliki potensi untuk berkembang memasuki percaturan ekonomi global, (c) ketangguhan dan kemandirian ekonomi rakyat yang memiliki prospek dan persaingan pada pasar bebas ke depan (Sulistia, 2006);

Pembinaan UMKM merupakan salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan investasi untuk menciptakan lapangan kerja. Upaya tersebut tertuang dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja

yang disahkan pada 5 Oktober 2020. Menurut kajian yang dilakukan oleh litbang kompas, setidaknya 7 undang-undang terkait UMKM. Dua undang-undang utama tersebut adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.

Pembukaan UU Cipta Kerja menyebutkan bahwa penjaminan kenyamanan, perlindungan dan pemberdayaan usaha kecil bersama dengan koperasi menjadi yang terdepan, termasuk perlindungan dan kesejahteraan pekerja. Bab Khusus, yaitu Bab V menjelaskan beberapa penyederhanaan UMKM, seperti Pasal 87 sampai dengan 104. Melihat Pasal 97 dan 104, UMKM dan koperasi menyumbang lebih dari 40% produksi dalam negeri untuk pembelian barang/jasa publik. Misalnya, karena anggaran pemerintah untuk pengadaan barang dan/atau jasa pada tahun 2020 sebesar Rp 725 triliun, peluang ini bisa dimanfaatkan oleh UMKM. Undang Undang Cipta Kerja juga mengatur kemudahan bagi pemilik usaha kecil. Hal ini tertuang dalam Pasal 13 UU Cipta Kerja, bahwa pemerintah pusat memberikan dan melindungi kemudahan dan kewenangan dalam penanaman modal UMKM dan organisasi koperasi.

Bentuk advokasi yang dilakukan pemerintah meliputi promosi dan pengembangan UMKM dan koperasi melalui kemitraan, pendidikan, daya saing, inovasi dan perluasan pasar, akses pembiayaan dan penyebarluasan informasi. Demikian pula, kemudahan berusaha bagi UMKM yang tercermin dengan dikeluarkannya UMKM dari ketentuan upah minimum. Undang-Undang Cipta Kerja Pasal 90, menetapkan bahwa upah minimum untuk UMKM berdasarkan kesepakatan antara pemberi kerja dan karyawan dalam bisnis tersebut tanpa perlu mematuhi standar upah minimum pemerintah.

Dalam hal itu, UMKM tidak harus memenuhi kewajiban membayar premi asuransi dan bonus

berdasarkan Pasal 92 UU Cipta Kerja. Dalam UU Cipta Kerja, masalah perizinan diatur dalam Pasal 91 mengatakan bahwa pendaftaran UMKM dapat dilakukan secara *online* maupun *offline* cukup dengan melampirkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan surat keterangan perusahaan dari RT. Dengan syarat tersebut, pelaku UMKM dapat memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) yang diperoleh melalui izin usaha elektronik. Sebaliknya, nomor identifikasi bisnis adalah otorisasi pribadi yang berlaku untuk semua aktivitas bisnis. Selanjutnya, terkait dengan Pasal 92 yang menyatakan UMKM berhak untuk mengurangi atau menyederhanakan administrasi perpajakan untuk permohonan fasilitas pinjaman dari pemerintah pusat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan pada ayat 2. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang mengajukan izin usaha dapat menerima insentif tanpa biaya atau keringanan biaya.

Sesuai Undang-Undang Cipta Kerja, pemerintah mengeluarkan keputusan penegakan berupa Keputusan Penegakan No. 7 Tahun 2021 untuk membina, melindungi, dan memperkuat koperasi dan UMKM. Pasal 48 ayat (1), (2) dan (3), secara khusus mengatur perlindungan hukum UMKM sebagai berikut: (a) Kewajiban pemerintah pusat dan daerah untuk menyediakan bantuan dan pendampingan hukum terhadap pelaku UMKM, (b) Bantuan dan pendampingan hukum kepada UMKM sesuai dengan yang dimaksud pada ayat (1) tidak dipungut biaya, (c) Bantuan dan pendampingan hukum yang meliputi; penyuluhan dan konsultasi hukum, mediasi dan pendampingan di luar pengadilan.

Bentuk perlindungan hukum yang tercantum dalam Pasal 51, dimana dalam memberikan layanan bantuan dan dukungan hukum kepada pelaku UMKM oleh pemerintah pusat dan daerah, minimal melakukan identifikasi dan mengungkapkan permasalahan hukum yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Bentuk akses bantuan dan layanan bantuan

hukum yang dilakukan untuk UMKM, pemerintah mengalokasikan anggaran untuk pelaksanaan program ini.

Berdasarkan informasi di atas, perlindungan hukum bagi UMKM secara resmi diberikan melalui Undang-Undang Nomor 11 tentang Cipta Kerja Tahun 2020 dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 (UU tentang Pembinaan, Perlindungan dan Penguatan Koperasi dan UMKM). Dalam hal ini pemerintah pusat dan daerah memperhatikan UMKM yang membutuhkan bantuan hukum, seperti penyuluhan dan konsultasi hukum, mediasi dan pendampingan di luar pengadilan. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM belum sepenuhnya memberikan perlindungan hukum terhadap UMKM.

BAB IX
LAPORAN KEUANGAN UMKM DENGAN MICROSOFT EXCEL

Microsoft Excel adalah aplikasi yang digunakan untuk memanipulasi data dalam berbagai format, seperti rumus, perhitungan sederhana, manipulasi data, pengolah kata, dan manajemen data. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika Excel sering digunakan untuk manajemen bisnis. Aplikasi ini sangat penting dalam proses pengolahan informasi perusahaan, karena sangat lengkap. Selain itu, terdapat rumus-rumus yang dapat mempermudah perhitungan saat mengolah data di Excel. Aplikasi ini sangat penting untuk membuat beberapa visual yang dibutuhkan perusahaan.

Aplikasi Microsoft Excel ini berasal dari sebuah lembar kerja atau *spreadsheet* dengan perhitungan hebat yang dapat membantu kita semua dalam kebutuhan pekerjaan kantor. Bahkan Excel menjadi aplikasi yang populer digunakan untuk kebutuhan manipulasi data atau manajemen data. Excel sendiri memiliki banyak fitur teknis dalam bentuk *interface* dibandingkan dengan program *spreadsheet* sebelumnya. Bahkan, Excel sendiri merupakan salah satu perangkat lunak *spreadsheet* pertama karena memungkinkan penggunanya untuk menganalisa data secara detail, seperti tampilan tiap sel, bentuk data, atribut atau integritas karakternya. Tidak hanya itu, karena Excel sendiri menyediakan program untuk menghitung semua angka secara cerdas.

Microsoft Office Excel dikenal dengan penggunaan *template* atau kerangka dalam lembar kerja. Penggunaan *template* yang tepat akan memudahkan Anda dalam membuat *spreadsheet* menggunakan MS Excel. Rumus atau formula MS Excel serupa dengan aplikasi ini yang dapat memanipulasi data melalui perhitungan dengan berbagai fungsi. Microsoft Excel adalah format yang paling populer dan *fleksibel*, sehingga sebagian besar perangkat lunak entri data dapat dikonversi ke Excel atau format lain yang dapat dibaca oleh Excel. Sebagai alternatif, kita dapat beralih kembali ke file statistik lain dari Excel jika diperlukan. Microsoft Excel adalah program yang menggunakan formula lengkap dan

memudahkan untuk memanipulasi angka untuk membuat data yang kompleks, seperti laporan keuangan sederhana untuk UMKM.

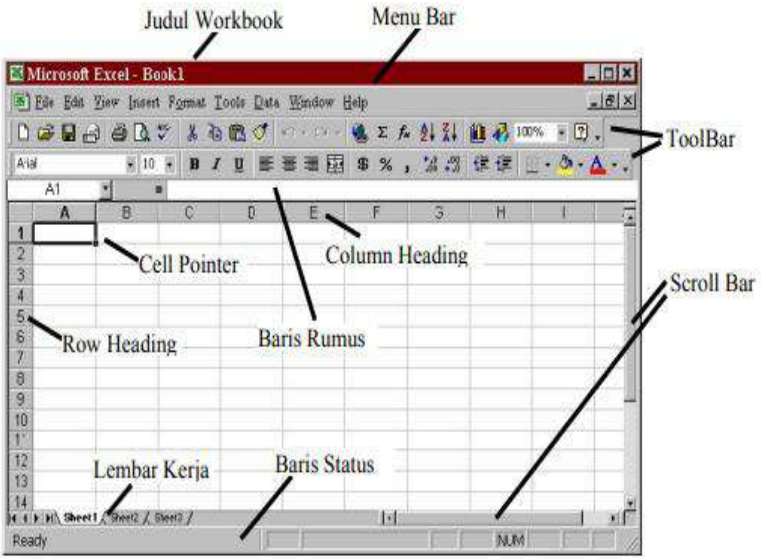
A. Pengenalan MS-Fungsi EXCEL

Microsoft Excel (MS-Excel) merupakan aplikasi *spreadsheet* yang paling populer dan banyak digunakan saat ini. Excel dapat menyajikan data dalam bentuk daftar dengan menggunakan berbagai jenis tabel yang dimilikinya, mulai dari grafik, diagram, bagan, chart, grafik, dan sebagainya, yang akan sangat membantu kita dalam melakukan perhitungan, perkiraan, analisis. Aplikasi MS Excel dikembangkan dari versi Excel sebelumnya, diperkuat fungsinya dan difokuskan untuk membuat spreadsheet ini lebih familiar (mudah digunakan), lebih fleksibel, mudah diintegrasikan dengan pekerjaan lain di kantor dan yang tak kalah penting adalah langsung terhubung ke internet. Excel hanya dapat berjalan ketika sistem operasi Windows diaktifkan. Berikut adalah langkah-langkah untuk memulai menggunakan Excel:

1. Mulailah dengan menyalakan komputer Anda.
2. Klik tombol "Start" pada bilah tugas (batang taskbar) dan pilih "Programs".
3. Klik Microsoft Excel

Jika Anda telah selesai menggunakan Excel, Anda dapat menutup atau menghentikan Excel menggunakan langkah-langkah berikut:

1. Pilih dan klik "File", "Keluar" atau
2. Klik tombol "Tutup/Close" (X) di sudut kanan atas jendela jendela Excel, misalnya Excel 2000 (fungsi menu ini mirip dengan versi lainnya) atau
3. Klik dua kali *icon control* yang terdapat pada tersebut sudut kiri bawah jendela di Excel 2000, atau
4. Klik Alt + F4



Menu BAR yang berisikan menu-menu yang dapat diakses, masing-masing dengan submenu sendiri, tergantung pada fungsi menu utama. Sebagai contoh, Edit akan memiliki submenu untuk mengedit file, di antara menu lainnya. Secara default, menu mencakup:

Menu ini dapat dipilih dengan MOUSE atau dengan kombinasi tombol menu ALT +. Sebagai contoh, kita akan memilih menu Edit, tahan tombol ALT dan tekan huruf E.

Toolbar Standar adalah kumpulan ikon yang sering digunakan. Toolbar digunakan untuk memungkinkan kita memilih dan menjalankan perintah dengan cepat dan mudah. Secara default, toolbar berisi:

Setiap toolbar memiliki nama dan fungsinya masing-masing, gerakkan kursor mouse ke ikon target untuk menemukan namanya, tunggu sebentar, nama ikon tersebut akan muncul.

Toolbar Formatting adalah toolbar yang sering kita gunakan, fungsinya untuk memformat lembar kerja apakah itu rata kiri, rata kanan, atau di tengah. pemformatan lembar kerja. Secara default, toolbar ini berisi:

Kita harus mengetuk/mengklik ikon untuk menggunakannya.

Row Heading (Kepala/Judul Baris) adalah penanda posisi baris pada lembar kerja. Judul baris juga merupakan bagian dari penanda.

Column Heading (Kepala/Judul Kolom) adalah indikator posisi pada lembar kerja. Seperti judul baris, judul kolom merupakan bagian dari penanda sel (contoh di bawah). Baris-baris tersebut diwakili oleh huruf A - Z dan di sini bersama-sama. Setelah baris Z kita akan melihat baris AA, AB sampai AZ, kemudian BA, BB sampai BZ dan berlanjut sampai baris terakhir yaitu IV (total 65.536 baris, sesuai perkembangan versinya jumlah baris juga bertambah, contoh jumlah baris 1048576 versi 2010, begitu juga dengan jumlah kolomnya)

Cell Pointer (penunjuk sel) adalah penunjuk sel yaitu perpotongan antara baris dan kolom. SEL mendapatkan namanya dari fungsi Colom dan baris. contoh. Sel A1 mewakili perpotongan kolom A dan kolom 1.

Formula Bar adalah tempat kita memasukkan rumus

yang akan kita gunakan nanti. Di Excel, pengetikan rumus harus dimulai dengan tanda "=". Sebagai contoh, kita ingin menambahkan nilai ke sel A1 dan B1, maka kita dapat mengetik =A1 + B1 di formula bar.

Scroll Bar (Bilah gulir) yaitu; untuk memindahkan dokumen secara vertikal (*Vertical Scroll Bar*) dan horizontal (*Horizontal Scroll Bar*). Tipe data yang tersedia di Excel adalah:

1. **Alpha Numerik/Teks**, yaitu data dalam format teks, seperti huruf (A - Z, a - z), simbol (*, ^, $, %, #, @, dsb) dan angka (0 - 9). gagal dalam perhitungan Di Excel 2000, data jenis ini dibiarkan rata kiri dan selalu diawali dengan tanda petik ('). Jika data yang dimasukkan adalah data numerik tetapi kita ingin memperlakukannya sebagai alfanumerik / teks maka kita harus meletakkan nama sebelum data, misalnya: '2001
2. **Numerik/Angka**, yaitu data numerik termasuk angka (0 - 9), waktu, dan tanggal. Dokumen yang ditulis sebelumnya tidak dapat mendahului dokumen yang ditulis dalam jenis ini. Data numerik ini akan ditampilkan dengan benar oleh Excel.
3. **Tipe Data Formula**, yaitu tipe data yang berisi rumus seperti pembagian, pembagian, penambahan, dan operasi matematika lainnya. Tipe data ini merupakan tipe data yang paling penting di Excel karena selalu digunakan dalam pengolahan data.

Tombol yang digunakan untuk memindahkan penunjuk pada keyboard tercantum di bawah ini:

Tombol	Fungsi
← ↑ → ↓	Pindah satu sel ke kiri, atas, kanan atau bawah
Tab	Pindah satu sel ke kanan
Enter	Pindah satu sel ke bawah
Shift + Tab	Pindah satu sel ke kiri
Shift + Enter	Pindah satu sel ke atas
Home	Pindah ke kolom A pada baris yang sedang

	dipilih
Ctrl + Home	Pindah ke sel A1 pada lembar kerja yang aktif
Ctrl + End	Pindah ke posisi sel terakhir yang sedang digunakan
PgUp	Pindah satu layar ke atas
PgDn	Pindah satu layar ke bawah
Alt + PgUp	Pindah satu layar ke kiri
Alt + PgDn	Pindah satu layar ke kanan
Ctrl + PgUp	Pindah dari satu tab lembar kerja ke tab lembar berikutnya
Ctrl + PgDn	Pindah dari satu tab lembar kerja ke tab lembar sebelumnya

Membuka dokumen baru dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Pilih dan klik item menu FILE atau tekan Ctrl + N, sebuah dialog akan muncul untuk membuka lembar kerja.
2. Klik Tab General di kotak dialog tersebut dan pilih icon Buku Kerja (*workbook*).
3. Klik OK untuk menutup kotak dialog. Selain cara-cara di atas, kita juga bisa membuka lembar kerja dengan mengklik ikon "New" pada toolbar standar.

Membuka lembar kerja yang sudah ada dapat dilakukan seperti ini:

1. Pilih "Open" pada menu "File" dan klik atau tekan Ctrl + O, kotak dialog akan muncul untuk membuka file. Tindakan ini juga dapat dilakukan dengan mengeklik ikon "Open" pada toolbar.
2. Pilih folder yang diinginkan, lalu klik.
3. Pada bidang Nama File, ketik nama file yang ingin Anda buka, atau klik nama file di kotak yang tersedia (sebelah kanan).
4. Klik OPEN untuk membuka lembar kerja

Untuk menyimpan lembar kerja, Anda dapat melakukannya:

1. Pilih dan klik menu FILE dan pilih SAVE (Simpan), tunggu sampai muncul kotak dialog SAVE IN.
2. Pilih FOLDER (Lokasi) penyimpanan, atau mengetikkan NAMA FILE pada kotak FILE NAME..
3. Langkah selanjutnya adalah KLIK SAVE
4. Setelah proses tersebut dilakukan, maka file anda akan tersimpan ditempat yang telah anda pilih.

Simpan lembar kerja dengan nama yang berbeda, biasanya dilakukan untuk membuat duplikat lembar kerja, atau membuat lembar kerja baru dalam format yang sama dengan yang ingin Anda simpan. Hal ini dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Pilih dan Klik menu FILE, pilih SAVE AS, tunggu sampai muncul kotak dialog.
2. Setelah kotak dialog muncul, pilih likasi penyimpanan yang anda inginkan, misal FOLDER yang diinginkan untuk nyimpan file.
3. Langkah selanjutnya, TULIS NAMA FILE pada kotak FILE NAME.
4. Setelah itu, KLIK SAVE untuk menyimpan lembaran kerja

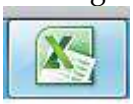
B. Komunikasi Antar Sheet Pada MS Excel

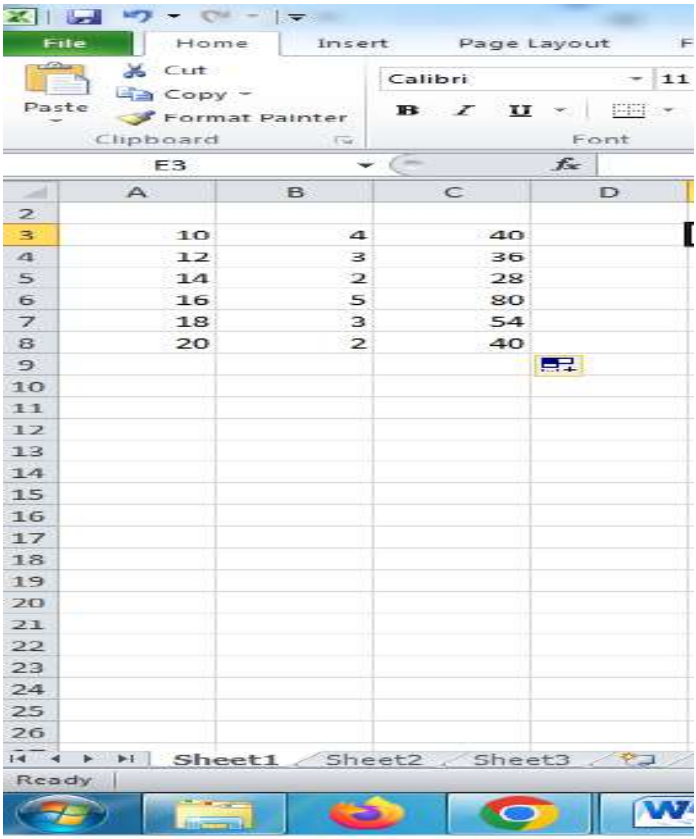
Saat membuat laporan menggunakan Excel, terkadang kita perlu membuka atau melihat data penting dari lembar kerja lain atau dari lembar kerja yang sama. Untuk kenyamanan, kita sering berkomunikasi antar sheet dalam file Excel, sehingga lebih mudah dan lebih cepat untuk menyiapkan laporan di Excel.

Komunikasi antar sheet digunakan untuk menampilkan seluruh sheet atau hanya rentang nilai yang diinginkan. Misalnya, jika laporan keuangan membutuhkan informasi yang lebih rinci tentang hasil perhitungan. Dengan komunikasi antar sheet, kita dapat mengimpornya ke dalam

formulir yang menjelaskan perhitungan, atau bahkan ke file Excel lain di mana data disimpan.

Tidaklah sulit untuk berkomunikasi antar sheet di Excel. Pengguna Excel dapat menggunakan tanda "=" untuk mengambil data yang sudah diproses untuk memindahkan data ke dalam sheet yang diinginkan. Namun, tidak semua orang dapat berkomunikasi dalam lembar kerja Excel.

Cara melakukannya adalah dengan mengaktifkan Lembaran Kerja Excel dengan mengKLIK  pada layar anda.

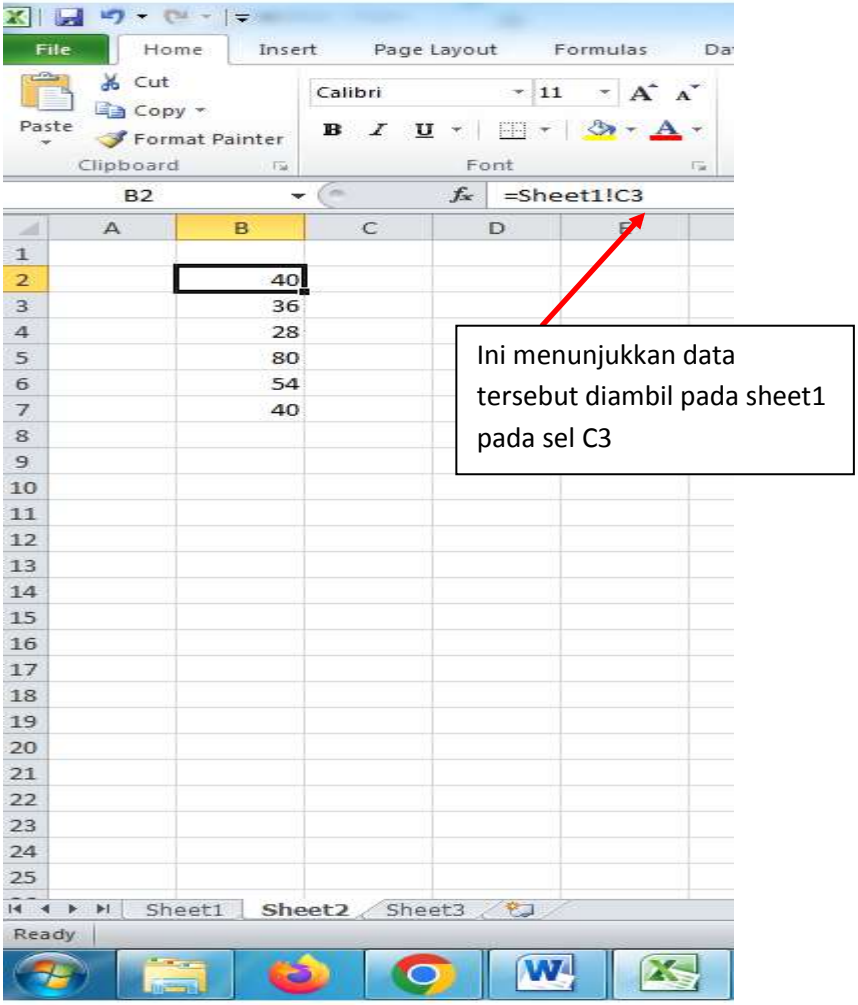


Data ini terdapat pada **sheet1** dalam sebuah lembaran kerja Excel. Kita ingin memindahkan data yang terdapat pada sheet1 ini ke dalam sheet2. Misal data yang akan dipindahkan adalah data yang terdapat pada SEL.

Langkah selanjutnya adalah kita pindah ke sheet2 sebagai sheet tujuan dangan meng KLIK sheet2 tersebut. Setelah itu lakukan perintah seperti berikut ini:

1. Pastikan posisi pada sheet2,
2. Tekan tanda "=" pada sel tujuan,
3. Lakukan perpindahan (KLIK) sheet1 sebagai sumber data,
4. Klik pada sel data yang mau diambil,
5. Tekan ENTER untuk mengakhiri,

6. Dengan otomatis data yang ada pada sheet1 akan pindah ke sheet2, seperti dibawah ini.



C. Membuat Laporan Keuangan Dengan Excel

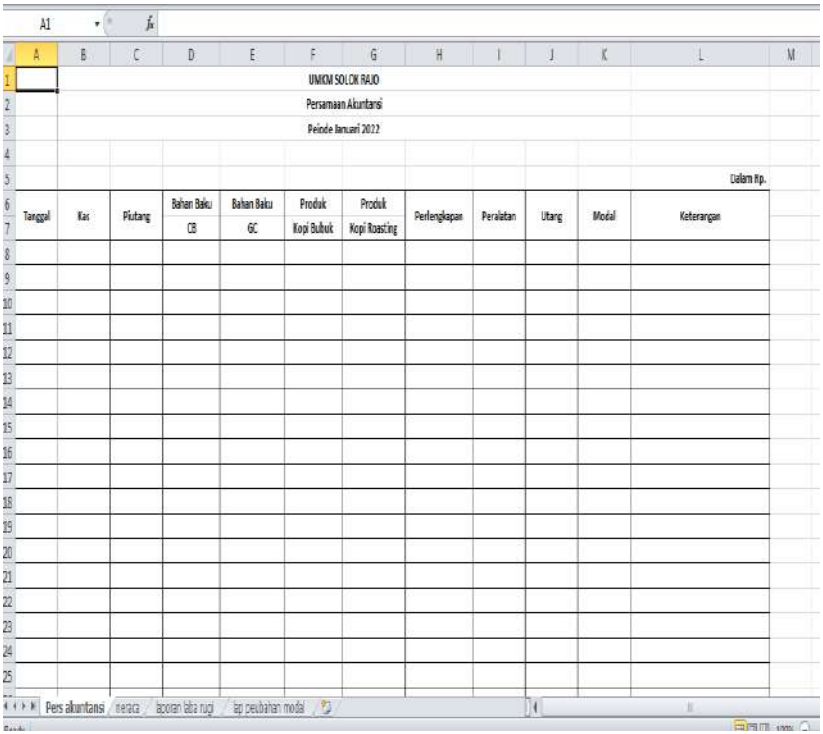
CONTOH PENCATATAN AKUNTANSI USAHA
UMKM KOPI "SOLOK RAJO"
TRANSAKSI PER 31 JANUARI 2022

Transaksi usaha kopi UMKM "SOLOK RAJO" pada Bulan Januari 2020 adalah sebagai berikut:

1 Januari	:	Dilakukan penyetoran awal modal uang tunai sebesar Rp. 15.000.000,- dan bahan baku dalam bentuk CHERRY KOPI (CK) 125 kg senilai Rp. 1.250.000,-
2 Januari	:	Pembelian mesin grinder seharga Rp. 5.000.000,-
2 Januari	:	Pembelian kemasan aluminium foil 20 pack @Rp. 30.000,-
3 Januari	:	Pembelian bahan baku kopi GREEN BEAN (GB) 100kg @Rp. 60.000,-
4 Januari	:	Dilakukan proses bahan baku CK sebanyak 125 kg menjadi GB sebanyak 100kg dengan nilai Rp. 6.000.000,-
4 Januari	:	Dilakukan proses bahan baku GB sebanyak 165 kg dengan nilai Rp. 9.900.000,- Setelah diproses GB tersebut menjadi 100kg kopi bubuk dengan nilai Rp. 17.500.000,- dan 50kg kopi roasting dengan nilai Rp. 6.250.000,-
5 Januari	:	Pembeliahn perlengkapan usaha senilai Rp.500.000,-
7 Januari	:	Penjualan kopi GB secara tunai sebanyak 20kg dengan @Rp. 75.000,-
8 Januari	:	Penjualan kopi bubuk sebanyak 50kg dengan @175.000,- Diterima pembayaran secara tunai sebesar Rp. 5.000.000,- dan sisanya dibayar pekan depan
10 Januari	:	Pembayaran tagihan listrik sebesar Rp. 500.000,- dan telepon sebesar Rp. 100.000,- serta air sebesar Rp. 400.000,-

15 Januari	:	Penjualan 20kg kopi roasting dengan harga @Rp. 125.000,- dibayar bulan depan
17 Januari	:	Pembelian bahan baku kopi GB sebanyak 50kg dengan harga @Rp. 60.000,-
18 Januari	:	Meneriam pelunasan atas kekurangan penjualan kopi bubuk tanggal 8 Januari sebesar Rp. 3.750.000,-
19 Januari	:	Pembelian sparepart mesin sebesar Rp. 1.200.000,-
20 Januari	:	Menerima pinjaman dari BPR sebesar Rp. 10.000.000,- dengan tingkat bunga 2% /tahun untuk jangka waktu 2 tahun
23 Januari	:	Penjualan secara tunai kopi roasting 20kg seharga @Rp.125.000,- dan 20kg kopi bubuk seharga @Rp. 175.000,-
24 Januari	:	Pembayaran maintenance bulanan sebesar Rp100.000,-
28 Januari	:	Pembayran pajak kios penjualan senilai Rp. 150.000,-
29 Januari	:	Diterima pendapatan sewa grinder selama bulan Januari sebesar Rp. 350.000,-
30 Januari	:	Pembayaran upah 4 karyawan senilai @800.000,-
31 Januari	:	Pengambilan modal untuk keperluan pribadi sebanyak Rp. 1.200.000,-
31 Januari	:	Biaya angkut beli bahan baku sebesar Rp. 200.000,- dan biaya transpor penjualan selama 1 bulan sebesar Rp. 600.000,-
31 Januari	:	Pemakaian perlengkapan selama 1 bulan Rp. 650.000,00

Buatlah Tabel Berikut dalam MS Excel



UMKM SOLOK RAJO

Persamaan Akuntansi

Periode Januari 2022

Dalam Rp.

Tanggal	Kas	Piutang	Bahan Baku CB	Bahan Baku GC	Produk Kopi Bubuk	Produk Kopi Roasting	Perlengkapan	Peralatan	Utang	Modal	Keterangan

Langkah berikutnya membuat PERSAMAAN AKUNTANSI, silahkan di isi sesuai dengan kejadian Transaksinya.

L5 | fx Dalam Rp.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1						UMKM SOLOK RAJO							
2						Persamaan Akuntansi							
3						Peiode Januari 2022							
4													
5												Dalam Rp.	
6	Tanggal	Kas	Piutang	Bahan Baku	Bahan Baku	Produk	Produk	Perlengkapan	Peralatan	Utang	Modal	Keterangan	
7				CB	GC	Kopi Bubuk	Kopi Roasting						
8	01-Jan	15.000.000		1.250.000							16.250.000	modal awal dan bahan cherry	
9	02-Jan	15.000.000		1.250.000							16.250.000		
10		- 5.000.000							5.000.000			beli mesin	
11	02-Jan	10.000.000		1.250.000				600.000	5.000.000		16.250.000		
12		- 600.000										beli aluminium foil	
13	03-Jan	9.400.000		1.250.000				600.000	5.000.000		16.250.000		
14		- 6.000.000			6.000.000							beli bahan gc	
15	04-Jan	3.400.000		1.250.000	6.000.000			600.000	5.000.000		16.250.000		
16				- 1.250.000	6.000.000							proses cherry jadi gc	
17	04-Jan	3.400.000		-	12.000.000			600.000	5.000.000		16.250.000		
18					- 9.900.000	17.500.000	6.250.000				4.750.000	proses GC jadi bubuk dan roasting	
19	05-Jan	3.400.000		-	2.100.000	17.500.000	6.250.000	600.000	5.000.000		21.000.000		
20		- 500.000						500.000			13.850.000	beli perlengkapan usaha	
21	07-Jan	2.900.000		-	2.100.000	17.500.000	6.250.000	1.100.000	5.000.000		34.850.000		
22		1.500.000			- 1.200.000						300.000	jual GC cash	
23	08-Jan	4.400.000		-	900.000	17.500.000	6.250.000	1.100.000	5.000.000		35.150.000		
24		5.000.000	3.750.000			- 8.750.000						jual kopi bubuk	
25	10-Jan	9.400.000	3.750.000	-	900.000	8.750.000	6.250.000	1.100.000	5.000.000		35.150.000		
26		- 1.000.000									- 1.000.000	beban listrik, telepon, air	
27	15-Jan	8.400.000	3.750.000	-	900.000	8.750.000	6.250.000	1.100.000	5.000.000		34.150.000		
28			2.500.000				- 2.500.000					jual kopi roasting	

29	17-Jan	8.400.000	6.250.000	-	900.000	8.750.000	3.750.000	1.100.000	5.000.000		34.150.000	
30		- 3.000.000			3.000.000							beli bahan gc
31	18-Jan	5.400.000	6.250.000	-	3.900.000	8.750.000	3.750.000	1.100.000	5.000.000		34.150.000	
32		3.750.000	- 3.750.000									piutang tanggal 8 dibayar
33	19-Jan	9.150.000	2.500.000	-	3.900.000	8.750.000	3.750.000	1.100.000	5.000.000		34.150.000	
34		- 1.200.000							1.200.000			beli sparepart mesin
35	20-Jan	7.950.000	2.500.000	-	3.900.000	8.750.000	3.750.000	1.100.000	6.200.000		34.150.000	
36		10.000.000								10.000.000		utang bank
37	23-Jan	17.950.000	2.500.000	-	3.900.000	8.750.000	3.750.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	34.150.000	
38		6.000.000				- 3.500.000	- 2.500.000					jual kopi bubuk dan roasting
39	24-Jan	23.950.000	2.500.000	-	3.900.000	5.250.000	1.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	34.150.000	
40		- 100.000									- 100.000	maintenance
41	28-Jan	23.850.000	2.500.000	-	3.900.000	5.250.000	1.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	34.050.000	
42		- 150.000									- 150.000	pajak kios
43	29-Jan	23.700.000	2.500.000	-	3.900.000	5.250.000	1.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	33.900.000	
44		350.000									350.000	pendapatan sewa
45	30-Jan	24.050.000	2.500.000	-	3.900.000	5.250.000	1.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	34.250.000	
46		- 3.200.000									- 3.200.000	upah karyawan
47	31-Jan	20.850.000	2.500.000	-	3.900.000	5.250.000	1.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	31.050.000	
48		- 1.200.000									- 1.200.000	prive
49	31-Jan	19.650.000	2.500.000	-	3.900.000	5.250.000	1.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	29.850.000	
50		- 600.000									- 600.000	biaya angkut
51	31-Jan	19.050.000	2.500.000	-	3.900.000	5.250.000	1.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	29.250.000	
52		- 200.000									- 200.000	biaya transpor
53	31-Jan	18.850.000	2.500.000	-	3.900.000	5.250.000	1.250.000	1.100.000	6.200.000	10.000.000	29.050.000	
54								- 650.000			- 650.000	pemakaian perlengkapan
55	total	**18.850.000**	**2.500.000**	-	**3.900.000**	**5.250.000**	**1.250.000**	**450.000**	**6.200.000**	**10.000.000**	**28.400.000**	
56									**38.400.000**		**38.400.000**	

Pers akuntansi / neraca / laporan laba rugi / lap perubahan modal

Catatan:

Tanda kurang menunjukkan bahwa terjadi penambahan atas transaksi yang terjadi

Misal pada 31 Januari, 19.050.000 – 200.000 = 18.850.000 yang terdapat pada sel B53 (menggunnakan rumus, =B51+B52)

Artinya, =B51 adalah posisi transaksi yang terjadi pada tanggal 31 Jan (19.050.000) di +B52 (dimana terjadinya transaksi senilai 200.000, dimana transaksi tersebut adalah pengeluaran, sehingga angkanya – 200.000).

Langkah berikutnya adalah membuat NERACA

A1 | UMKM SOLOK RAJO

	A	B		C	D	E
1	UMKM SOLOK RAJO					
2	NERACA					
3	PERIODE JANUARI 2022					
4						
5	**Aktiva**			**Pasiva**		
6	kas	Rp	18.850.000	Utang BPR	Rp 10.000.000	
7	piutang	Rp	2.500.000			
8	bahan baku GB	Rp	3.900.000	Modal	Rp 28.400.000	
9	produk kopi bubuk	Rp	5.250.000			
10	produk kopi roasting	Rp	1.250.000			
11	perlengkapan	Rp	450.000			
12	peralatan	Rp	6.200.000			
13		**Rp**	**38.400.000**		**Rp 38.400.000**	
14						

Rumus yang digunakan untuk mengisi NERACA adalah seperti yang tertera dalam tabel neraca dibawah. Angka yang muncul murupakan angka yang terdapat dalam PERSAMAAN AKUNTANSI sebelumnya.

	A	B	C	D	E
1	UMKM SOLOK RAJO				
2	NERACA				
3	PERIODE JANUARI 2022				
4					
5	**Aktiva**		**Pasiva**		
6	kas	='Pers akuntansi'!B55	Utang BPR	='Pers akuntansi'!J55	
7	piutang	='Pers akuntansi'!C55			
8	bahan baku GB	='Pers akuntansi'!E55	Modal	='Pers akuntansi'!K55	
9	produk kopi bubuk	='Pers akuntansi'!F55			
10	produk kopi roasting	='Pers akuntansi'!G55			
11	perlengkapan	='Pers akuntansi'!H55			
12	peralatan	='Pers akuntansi'!I55			
13		**=SUM(B6:B12)**		**=SUM(D6:D12)**	
14					

Catatan:
='Pers akuntansi', artinya kita mengambil dari SHEET Pers akuntansi pada kolom J baris ke 55 (!J55). Ini sudah dijelaskan dalam komunikasi antar sheet.

Selanjutnya, menyiapkan Laporan Laba Rugi, dimana angkanya sebagai berikut:

A2 | fx | LAPORAN LABA RUGI

	A	B	C	D	E	F
1	UMKM KOPI SOLOK RAJO					
2	LAPORAN LABA RUGI					
3	PERIODE JANUARI 2022					
4						
5	**PENDAPATAN**					
6	penjualan GC	Rp 1.500.000				
7	penjualan kopi bubuk	Rp 12.250.000				
8	penjualan kopi roasting	Rp 5.000.000				
9	pendapatan lain	Rp 350.000				
10			**Rp 19.100.000**			
11						
12	**BAHAN BAKU**					
13	persediaan awal	Rp 1.250.000				
14	pembelian bahan GC tanggal	Rp 6.000.000				
15	pembelian bahan GC tanggal	Rp 3.000.000				
16	biaya angkut	Rp 200.000				
17	siap dijual	Rp 10.450.000				
18	persediaan akhir	Rp 10.400.000				
19	**HPP**		**Rp 50.000**	-		
20	**Laba kotor**		**Rp 19.050.000**			
21						
22	**BEBAN**					
23	biaya listrik, telepon air	Rp 1.000.000				
24	biaya maintenance	Rp 100.000				
25	biaya pajak	Rp 150.000				
26	biaya gaji karyawan	Rp 3.200.000				
27	biaya transpor	Rp 600.000				
28	biaya perlengkapan	Rp 650.000				
29	**total beban**		**Rp 5.700.000**			
30						
31	**LABA BERSIH**		**Rp 13.350.000**			

Pers akuntansi | neraca | **laporan laba rugi** | lap perbahan modal

Ready

Seperti halnya neraca, angka yang digunakan adalah angka yang diambil dari Persamaan Akuntansi dengan menggunakan metode yang sama.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	UMKM KOPI SOLOK RAJO							
2	LAPORAN LABA RUGI							
3	PERIODE JANUARI 2022							
4								
5	**PENDAPATAN**							
6	penjualan GC	='Pers akuntansi'!B22						
7	penjualan kopi bubuk	='Pers akuntansi'!B24+'Pers akuntansi'!C24+(-'Pers akuntansi'!F38)						
8	penjualan kopi roasting	='Pers akuntansi'!C28+(-'Pers akuntansi'!G38)						
9	pendapatan lain	='Pers akuntansi'!K44						
10			**=SUM(B6:B9)**					
11								
12	**BAHAN BAKU**							
13	persediaan awal	='Pers akuntansi'!D8						
14	pembelian bahan GC tanggal	='Pers akuntansi'!E14						
15	pembelian bahan GC tanggal	='Pers akuntansi'!E30						
16	biaya angkut	=-'Pers akuntansi'!B52						
17	siap dijual	=SUM(B13:B16)						
18	persediaan akhir	='Pers akuntansi'!E55+'Pers akuntansi'!F55+'Pers akuntansi'!G55						
19	**HPP**		**=B17-B18**	-				
20	**Laba kotor**		**=C10-C19**					
21								
22	**BEBAN**							
23	biaya listrik, telepon air	=-'Pers akuntansi'!K26						
24	biaya maintenance	=-'Pers akuntansi'!K40						
25	biaya pajak	=-'Pers akuntansi'!K42						
26	biaya gaji karyawan	=-'Pers akuntansi'!K46						
27	biaya transpor	=-'Pers akuntansi'!B50						
28	biaya perlengkapan	=-'Pers akuntansi'!H54						
29	**total beban**		**=SUM(B23:B28)**					
30								
31	**LABA BERSIH**		**=C20-C29**					

Pers akuntansi | neraca | **laporan laba rugi** | lap perbahan modal

Selanjutnya menyiapkan Laporan Perubahan Modal, seperti berikut:

A1 | fx | UKM KOPI SOLOK RAJO

	A	B	C	D	E
1	UKM KOPI SOLOK RAJO				
2	LAPORAN PERUBAHAN MODAL				
3	PERIODE JANUARI 2022				
4					
5	Modal awal			Rp 16.250.000	
6	laba bersih		Rp 13.350.000		
7	prive		Rp 1.200.000		
8					
9					
10	tambahan modal			Rp 12.150.000	
11					
12	modal akhir			Rp 28.400.000	
13					

Angka yang terdapat dalam Laporan Perubahan Modal berasal dari Laporan Laba Rugi. Rumus yang digunakan juga sama dengan rumus yang digunakan untuk perhitungan Neraca maupun Laba Rugi. Rumus tersebut adalah sebagai berikut:

H13 fx Formula Bar

	A	B	C	D	E
1	UKM KOPI SOLOK RAJO				
2	LAPORAN PERUBAHAN MODAL				
3	PERIODE JANUARI 2022				
4					
5	Modal awal			='Pers akuntansi'!K8	
6	laba bersih		='laporan laba rugi'!C31		
7	prive		=-'Pers akuntansi'!K48		
8					
9					
10	tambahan modal			=C6-C7	
11					
12	modal akhir			=SUM(D5:D11)	
13					

DAFTAR PUSTAKA

Ade Sri Mulyani, Ety Nurhayaty, Kasmanto Miharja, Penerapan Pencatatan dan Laporan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

Abidin, Abdullah, 2008, Pengembangan Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Kekuatan Strategis dalam Mempercepat Pembangunan Daerah. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, *5*(4). Google Scholar

Atmasasmita, Romli, 2012, *Teori hukum integratif: rekonstruksi terhadap teori hukum pembangunan dan teori hukum progresif*. Google Scholar

Aziz, *et, al*., 2020, Mewujudkan Perseroan Terbatas (PT) Perseorangan Bagi Usaha Mikro Kecil (UMK) Melalui Rancangan Undang-Undang Tentang Cipta Kerja. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, *9*(1), 91. Google Scholar

Alvin, 2010, *Teori Pembangunan dan Konsep Pertumbuhan Ekonomi* Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Aisyah (Nurul Fitriana), 2015, *Pengembangan Industri Kreatif* Di Kota Batu.Universitas

Alma Wijaya, 1998, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainya*, rineka cipta, Jakarta

Arief, Sritua, 1997, Agenda Ekonomi Kerakyatan, cet. 1, Yogyakarta: Pustaka Pelajar bekerjasama dengan IDEA..

Asy'arie, Musa, 2001, *Keluar dari Krisis Multi Dimensi*, Lembaga Studi Filsafat Islam,Yogyakarta.

Bank, World, 2022, World Bank SME Finance. Retrieved from https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance

Beik, Irfan Syauqi, Laily Dwi Arsyanti, 2016, *Ekonomi Pembangunan Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Barney, 2009, .*Industri Kreatif Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. ITB Bandung: Inkubator Industri dan Bisnis

Bambang, 1997, *Manajemen Koperasi*, Penerbit BPFE-UGM,Yoyakarta

Baswir, Revrisond, 1997, Agenda Ekonomi Kerakyatan, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Chaniago,1998, Koperasi di Indonesia, Lembaga penerbit, Fakultas Ekonomi UniversitasIndonesia

Djarot Siwidjatmo, 1992, *Koperasi Di Indonesia*, Lembaga Penerbit, Fakultas EkonomiUniversitas Indonesia

Ghalib Agfa (Polnaya), 2015 *Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya SaingPada Ukm Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Hetika, Nurul Mahmudah. (2017). Penerapan Akuntansi dan Kesesuaiannya Dengan SAK ETAP Pada UMKM Kota Tegal. Julrnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Vol 5 (Desember), No 2: 259-266.

Hani, Syafrida dan Z. Fauzi. 2017. Persepsi Pelaku UMKM terhadap Penyelenggaraan Laporan Keuangan. Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perpajakan Indonesia, Vol. 5, No. 2.

Harto, Budi dan Komalasari, Rita. 2020. Peningkatan Kapasitas dan Kapabilitas Pengelolaan Keuangan Berbasis Aplikasi Excel dan Sesuai SAK EMKM Pada UMKM Moochi Lembang. Jurnal IKRAITH- ABDIMAS, 4, 47-54.

Hadiwidjaja, Rini Dwiyani dan Hartati, Noorina, 2013, Tinjauan Umum Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Indonesia: Permasalahan dan Strategi. *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif*, 137151. Google Scholar

Hadjon, Philipus M., 1987, *Perlindungan hukum bagi rakyat di Indonesia: sebuah studi tentang prinsip-prinsipnya, penanganannya oleh pengadilan dalam lingkungan peradilan*

umum dan pembentukan peradilan administrasi negara. Bina Ilmu. Google Scholar

Hafni, Roswita dan Rozali, Ahmad, 2015, *analisis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia*. Google Scholar

Harjono, 2008, Konstitusi Sebagai Rumah Bangsa. *Pertama (Jakarta: Sekretariat Jenderal Dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi)*.

Hatta, Mohammad, 1985, Ekonomi Indonesia di Masa Datang, dalam Sri Edi Swasono(ed), Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi, Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Helmsing, 2011, *Mengkaji Kemiskinan dan Kesejahteraan Rumah Tangga: Sebuah Panduan dengan Contoh dari Kutai Barat, Indonesia*. CIFOR

Howkins, 2011, *Administrasi Pembangunan Konsep, Dimensi, dan Strateginya Penerapan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. BumiAksara

Ikatan Akuntan Indonesia, 1999, *Prinsip Koperasi*, Lembaga Penerbit, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Jakarta.

Ikatan Akuntan Indonesia, 2007, Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta: Salemba Empat.

Ikatan Akuntansi Indonesia. 2016. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntansi Indonesia

IAI. 2018. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.

Ikatan Akuntan Indonesia. 2015. *Pedoman Standar Akuntansi Keuangan No. 01 Revisi 2015.* Ikatan Akuntan Indonesia, Jakarta.

Ikatan Akuntan Indonesia. 2016. *Exposure Draft Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah.*

Dewan Standar Akuntansi Keuangan Indonesia, Jakarta.

Indianty, P. 2019. Kesiapan Implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) pada UMKM Tenun Ikat di Kota Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Vol. 7 No. 1: 155-175.

Iskandar Putong, 2008, *Pengatar Ekonomi Makro*, Jakarta. Penerbit Mitra Wacana Media.

Jhingan. M.L, 2014, *Ekonomi Pembangunan Dan Perencanaan*. Jakarta Penerbit Rajawali Pers.

Krisdiartiwi, 2008, Pembukuan Sederhana untuk UKM. Yogyakarta: MedPress

Kurniawati, E. P., dkk., 2010, Penerapan Akuntansi Untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Studi Kasus Pada Usaha Dagang Kota Salatiga.Jurnal Manajemen dan Keuangan. Volume 10 Nomor 2.

Khairandy, Ridwan, 2003, *Iktikad baik dalam kebebasan berkontrak*. Universitas Indonesia, Fakultas Hukum, Pascasarjana. Google Scholar

Kurniastuti, Ari Ratna, 2013, Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dari Dampak Adanya Perjanjian Asean-China Free Trade Area (Acfta). *Arena Hukum*, *6*(2), 184203. Google Scholar

Mubyarto, 1997, Ekonomi Kerakyatan Program IDT dan Demokrasi Indonesia, Ed.II, Cet.I, Yogyakarta: Aditya Mediar.

Lincolyn Arsyad, 2009, *Ekonomi Pembangunan*. Penerbit STIE YKPN: Yogyakarta

Lukman, 2012, *Analisis Pengaruh Jumlah Penduduk, PDRB, IPM, Pengangguran Terhadap Tingkat Kemiskinan di Kabupaten/Kota Jawa Tengah.* Semarang: UNDIP

Manurung, Adler Hayman, 2008, *Model Untuk Bisnis UKMI*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.

Marzuki, Peter Mahmud, 2016, Penelitian Hukum, Edisi Revisi, Cetakan Ke-12. *Jakarta: Kencana*. Google Scholar

Muchdarsyah Sinungan, 1991, *Perkoperasian*, Bina Aksara Jakarta

Navastara, 2014, *Indonesia dalam Menghadapi Era Baru Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT. BumiAksara

Rachbini, Didik J., 1995, Ekonomi Pasar Sosial: Pilihan Ketiga (Pengalaman Ekonomi Jerman Barat). *Dalam Relevansi Pasar Sosial Bagi Indonesia, Penerbit Cides, Jakarta*. Google Scholar

Rahardjo, Satjipto, 2000, *Ilmu hukum*. Citra Aditya Bakti. Google Scholar

Sasongko, Dedy., 2020, *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Google Scholar

Setiono, Rule Of Law, 2004, *Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret*. Surakarta. Google Scholar

Sitorus, Andi Putra, 2018, Politik Hukum Perlindungan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) dalam Masyarakat Ekonomi Asean. *Doktrina: Journal of Law*, *1*(2), 125144. Google Scholar

Soekanto, Soerjono, 2010, *Pengantar Penelitian Ilmu Hukum*. Depok: UI-Press. Google Scholar

Soekanto, Soerjono dan Mamudji, Sri., 2011, Penelitian Hukum Normatif, Cetakan Ke-13. *Jakarta: Raja Grafindo Persada*. Google Scholar

Suhardi, S., 2012, Hukum Koperasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Indonesia. *Jakarta: Akademika*. Google Scholar

Sukarmi, Sukarmi, 2016, Perlindungan Desain Industri Bagi Umkm Yang Berkeadilan Sosial. *Jurnal Pembaharuan Hukum*, *3*(1), 97108. Google Scholar

Sulistia, Teguh, 2006, *Aspek hukum usaha kecil dalam ekonomi kerakyatan*. Andalas University Press. Google Scholar

Sumampouw, *et. al.*, 2021, Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Pemberlakuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. *Jurnal de Jure*, *13*(1). Google Scholar

Simatupang, 2010, *Pengantar Ekonomi Pembangunan*, Edisi III, LP3ES, Jakarta

Sugiyono, 2008, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Qualitative AndQuantitative Research Methods).* Bandung: Alfabeta.

Sukirno Sadono, 2008, *Teori Ekonomi Mikro Dan Makro*, PenertbitRajawali Pers Pustaka.

Sumawinata, Sarbini, 2004, Politik Ekonomi Kerakyatan. Jakarta. PT Gramdia Pustaka Utama.

Tara, Azwir Dainy, 2001, *Strategi Membangun Ekonomi Rakyat*, Nuansa Madani, Jakarta.

Tambunan, Tulus, 2012, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting*. Lp3es. Google Scholar

Tambunan, 2011, *Teori Ekonomi Makro*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta

Todaro, 2007, *Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Undang-Undang No. 25 Tahun 1992, Penerbit BPFE-UGM,Yoyakarta.

Undang-Undang No. 12 Tahun 1967 tentang Pokok-pokok Perkoperasian

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.Pengertian usaha mikro menurut Keputusan Menteri Keuangan No.40 / KMK.O6/2010 tanggal 29 Januari 2010

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Warren, Carls., et. all., 2006, Pengantar Akuntansi.Edisi Dua Puluh Satu.Jakarta: SalembaEmpat.

Wahyudi, 2010, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta. Salemba Empat

Wirawan, 2012, *Ekonomi Untuk Negara- Negara Berkembang*, Penerjemah: Agustinus Subekti, Ed, Jakarta: Bumi Aksara

Widjaja, I wangsa, Riwayat Singkat Dr. Mohammad Hatta, dalam Mohammad Hatta, 1987, KoperasiMembangun dan Membangun Koperasi, Jakarta: Inti Idayu Press.

Yusri, 1998, *Perlindungan Usaha Kecil Dalam Upaya Mewujudkan Pemerataan Kesempatan Berusaha Di Indonesia*.

Yudhoyono, 2009, *Teori Ekonomi lanjutan,* Edisi Kedua.Jakarta. Salemba Empat

_____, 2002, Ekonomi Kerakyatan Indonesia Mengenang Bung Hatta Bapak Ekonomi Kerakyatan Indonesia, Surakarta: Muhammadiyah University Press.

PROFIL PENULIS

Dr. Yindrizal, SE, MM. Lahir di Magek (Kab. Agam) 23 November 1964. Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas (Akuntansi dan Manajemen Keuangan Sektor Publik) dan menyelesaikan studi Doktor Administrasi Publik (Manajemen Publik) di Universitas Diponegoro Tahun 2019.

Dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas, menulis buku Pengantar Aplikasi Komputer Untuk Ekonomi Tahun 2004 dan mengikuti *Training of Trainers* (level II) *for Lectures of KKD & KKDK Participatory Methods for Local Finance Management* Tahun 2011. Tahun 2021 menulis buku, Implementasi Pelayanan Publik Dengan Teknologi Informasi, Tetap Aktif dan Produktif Era Pendemi, Pembelajaran Blanded Learning Dimasa Pendemi Covid-19, Pengantar Akuntansi Untuk UMKM, Pengantar Akuntansi Untuk Koperasi, Microsoft Excel Untuk Analisa Lembaran Kerja-Buku-1.

PENGANTAR AKUNTANSI UNTUK UMKM

Akuntansi untuk kegiatan bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangatlah penting untuk pengelolaan keuangan. Selama ini pelaku UMKM kurang memperhatikan masalah pengelolaan keuangan, sehingga UMKM lebih banyak tidak memisahkan antara uang pribadi dengan uang usaha. Disamping itu, UMKM juga kurang tertib terhadap pencatatan, sehingga tidak dapat menyusun laporan keuangan usaha mereka. Dengan menggunakan akuntansi yang efektif, pelaku UMKM dapat terbantu dalam pencatatan keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan. Dengan adanya laporan keuangan, pelaku UMKM dapat mengetahui kondisi keuangan usaha mereka, sehingga dapat menjadi pedoman untuk pengambilan keputusan. Disamping itu, pelaku UMKM juga dapat dengan mudah mengajukan penambahan modal kepada pihak investor, seperti perbankan. Perkembangan teknologi sekarang ini, pelaku UMKM juga perlu mempertimbangakan penggunaan media digital untuk pemasaran produk mereka. Hal lain yang perlu dipertimbangkan pelaku UMKM adalah penggunaan Microsoft Excel untuk memantu pembuatan laporan keuangan mereka,

PENDIDIKAN
ISBN 978-623-8323-33-3