



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

Eni Endaryati, S.Kom, M.Si

MANAJEMEN DAN PENGOLAHAN

TRANSAKSI KEUANGAN USAHA KECIL



MANAJEMEN DAN PENGOLAHAN

TRANSAKSI KEUANGAN USAHA KECIL

Eni Endaryati, S.Kom, M.Si



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

PENERBIT :
YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK
Jl. Majapahit No. 605 Semarang
Telp. (024) 6723456. Fax. 024-6710144
Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

MANAJEMEN DAN PENGOLAHAN TRANSAKSI KEUANGAN USAHA KECIL

Eni Endaryati, S.Kom, M.Si



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

PENERBIT :

YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

Jl. Majapahit No. 605 Semarang

Telp. (024) 6723456. Fax. 024-6710144

Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

MANAJEMEN DAN PENGOLAHAN TRANSAKSI KEUANGAN USAHA KECIL

Penulis:

Eni Endaryati

ISBN : 978-623-8120-25-3 (PDF)

Editor:

Indra Ava Dianta, S.Kom., M.T

Penyunting :

Zaenal Mustofa, S.Kom.,M. Kom

Desain Sampul dan Tata Letak :

Hendri Rasminto, S.Kom.,M.Si

Penerbit :

Yayasan Prima Agus Teknik

Redaksi:

Jln Majapahit No 605 Semarang

Tlpn. (024) 6723456

Fax . 024-6710144

Email: penerbit_ypat@stekom.ac.id

Distributor Tunggal:

UNIVERSITAS STEKOM

Jln Majapahit No 605 Semarang

Tlpn. (024) 6723456

Fax . 024-6710144

Email: info@stekom.ac.id

Hak Cipta dilindungi Undang undang

Dilarang memperbanyak karya Tulis ini dalam wujud dan dengan cara apapun tidak ijin tertulis dan penerbit.

KATA PENGANTAR

Manajemen keuangan merupakan bagian penting dari perkembangan perbisnisan. Salah satu Bisnis usaha yang menjadi penopang perekonomian negara Indonesia dalam lingkup adalah usaha kecil dan menengah. Untuk mengelola informasi Accounting sebagai Alat yang bisa menyediakan informasi keuangan. Sebuah proses untuk menghasilkan informasi keuangan secara sistematis yang bisa dipakai membuat perencanaan dan pengambilan keputusan manajemen. Sementara Usaha Kecil maupun usaha Menengah sebagai alat tukar terus memakai uang, usaha kecil dan usaha tingkat menengah sangat membutuhkan akuntansi. Accounting menawarkan sebagian kelabaan bagi usaha ukuran kecil menengah, di antaranya: (1) kinerja keuangan usaha perbisnisan bisa diketahui, (2) Usaha Kecil dan Usaha Menengah bisa mengetahui, memilah dan memisahkan Aktiva perbisnisan dan Aktiva pemilik, (3) Usaha Usaha Kecil dan Menengah bisa mengetahui keadaannya. (4) Usaha Kecil dan Usaha Menengah bisa menyusun anggaran biaya yang tepat, (5) Usaha Kecil dan Usaha Menengah bisa menghitung pajak, dan (6) Usaha Kecil dan Usaha Menengah sepanjang waktu bisa mengetahui perputaran kas dari waktu ke waktu tertentu.

Nilai akuntansi, Accounting utama menjadi sangat penting. Pemakaian Accounting bisa mendukung perkembangan Usaha Kecil dan Menengah dalam hal khususnya permodalan. Pertumbuhan juga laba dengan memakai akuntansi bisa direncanakan. Meningkatnya kelabaan maka perkembangan Usaha Usaha Kecil dan Menengah akan meningkat, sehingga Usaha Usaha Kecil dan Menengah benar-benar menjadi salah satu solusi persoalan perekonomian Indonesia.

Buku ini akan membantu kita mempelajari dan memahami Accounting yang dipakai di Usaha Kecil dan usaha Menengah sebagai media untuk menggambarkan keuangan, memakai peinformasi keuangan Usaha Kecil dan Usaha Menengah dan prinsip pemakaian sistem Accounting di Usaha Kecil dan Menengah. Setiap bab mempunyai pembahasan yang terorganisasi dengan jelas sehingga bisa memperbolehkan kemudahan dan lebih paham belajar khususnya bagi mahasiswa Accounting dan pembaca pada umumnya. Dengan buku ini Semoga nantinya bernilai dan dapat dipergunakan.

Semarang, Februari 2023

Penyusun

Eni Endaryati

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
BAB I MENGENAL LEBIH DEKAT USAHA KECIL	1
A. Pengantar.....	1
B. Karakteristik Lingkup	2
C. Macam – Macam Bisnis Lingkup Berdasarkan Prospek yang ada	4
D. Yang Mempengaruhi berhasil dan Kegagalan.....	5
E. Pengembangan pada Usaha Kecil	7
BAB II SEPUTAR INFORMASI KEUANGAN	11
A. Ruang Lingkup Informasi Keuangan	11
B. Keadaan keuangan	11
C. Nilai Ekonomis Waktu Depan	12
D. Penilaian	12
E. Aktiva dan Kewajiban	12
F. Penghasilan dan Biaya	13
G. Hasil	13
BAB III PENYUSUNAN INFORMASI KEUANGAN	14
A. Pengertian Informasi Keuangan.....	14
B. Penyusunan Wajar dan Penyusunan Konsisten	16
C. Informasi Keuangan Lengkap	17
D. Kelompok Aktiva dan Kewajiban	18
E. Kinerja Operasional	18
BAB IV PRINSIP DASAR AKUNTANSI	20
A. Lingkungan Akuntansi.....	20
B. Prinsip Accounting.....	20
C. Kesinambungan dan Perubahan Prinsip Accounting.....	20
BAB V PENILAIAN INFORMASI KEUANGAN	22
A. Asumsi Akrual	22
B. Unit ekonomi dan Kelangsungan kegiatan	22
C. Materialitas	22
D. Asas Kepemilikan dan Penilaian Pervatif	23
E. Pengakuan dalam Informasi Accounting tahunan	23
BAB VI PENGAKUAN DAN PENILAIAN	24
A. Pengakuan dan Penilaian	24
B. Penurunan	24
BAB VII AKTIVA DAN KEWAJIBAN	26
A. Pengertian Aktiva dan Kewajiban	26
B. Accounting dan Penilaian	26

BAB VIII PERSEDIAAN DAN AKTIVA TIDAK BERWUJUD.....	28
A. Pengertian Persediaan	28
B. Penilaian Persediaan	28
C. Pengertian Aktiva Tidak Berwujud	28
D. Mengakui dan Menilai Aktiva Tak Berwujud	28
BAB IX KEWAJIBAN DAN MODAL	30
A. Pengertian Kewajiban dan Modal	30
B. Penilaian dan Pengakuan	30
BAB X PENGHASILAN DAN BIAYA	31
A. Pencatatan dan Informasi Penghasilan Pengeluaran	31
B. Penghasilan Hibah	31
BAB XI PAJAK DAN AKTIVITAS MATA UANG ASING	33
A. Pajak	33
B. Aktivitas Mata Uang Selain Rupiah.....	33
BAB XII Pengolahan Transaksi Usaha Kecil dan Usaha Menengah.....	35
A. Nilai Accounting	37
B. Penentuan Accounting	50
BAB XIII ENTREPRENEURSHIP DAN PENGEMBANGAN USAHA.....	67
A. Dasar Kewirabisnisan	67
B. Pengembangan Kewirabisnisan	71
C. Perencanaan Strategis	76
D. Penjualan	86
BAB XIV PENGANGGARAN DAN PERMODALAN	91
A. Penganggaran.....	91
B. Permodalan.....	98
BAB XV MANAJEMEN RISIKO.....	101
A. Pengantar	102
B. Pengelolaan risiko	103
DAFTAR PUSTAKA	110

BAB 1

MENGENAL LEBIH DEKAT USAHA KECIL

Usaha Kecil sebagai bagian penting dari sector ekonomi Indonesia demikian pula usaha ditingkat menengah. Tumbuh atau turunnya pertumbuhan ekonomi Indonesia dipengaruhi oleh sebagian faktor, salah satunya merupakan partisipasi Usaha Ukuran Kecil. Menurut Pasal 33 (ayat 4) UUD 1945, Usaha Kecil dan menengah merupakan bagian yang mandiri dari perekonomian nasional dan mempunyai kekuatan besar untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Usaha Kecil dan Menengah memainkan tugas penting dalam pertumbuhan ekonomi negara. Kehadiran Usaha Kecil dan Menengah diperhitungkan dengan baik karena berkontribusi terhadap tumbuh kembangnya ekonomi di Indonesia

Terdapat 64,19 juta dari data KemenKop dan UKM dan pangsaanya dalam hasil barang domestik bruto merupakan 61,97%. Kontribusinya sejumlah 97 persen terhadap meliputi kemampuan total dari tenaga kerja sekarang dan mendapat hingga 60,4 persen dari total investasi perekonomian Indonesia. Banyaknya bisnis kecil dan usaha menengah tidak lepas dari keadaan covid-19 di Indonesia dan berbagai tantangan yang telah mempercepat perubahan pola konsumsi barang dan jasa untuk mempercepat transformasi online.

Usaha kecil dan usaha menengah salah satu sebagai penopang perekonomian Indonesia, mempunyai tugas penting adalah berikut:

1. Porsi dalam hasil barang nasional bruto cukup tinggi, yaitu 61,97 persen dari berbagai bagian negara hasil barang atau semacamnya dan tahun 2020 Rp. 8.500.000.000.000.
2. menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar yaitu 97 persen dari dunia bisnis pada tahun 2020. Besarnya jumlah berbanding lurus dengan banyaknya kesempatan kerja di Indonesia, sehingga menjadi menyumbang tenaga kerja sebagian besar.
3. pada tahun 2018 mengambil pinjaman terbesar, sekitar Satu milyar rupiah

A. Pengantar

Apakah itu Usaha Kecil dan Usaha Menengah dan apa bedanya Usaha Kecil dan Usaha Menengah dan emkm? Usaha Kecil dan Usaha Menengah dan emkm sama dengan Usaha Kecil dan Usaha Menengah yaitu bisnis lingkup, kecil dan menengah. Sedangkan emkm merupakan kelompok lingkup, usaha kecil dan usaha menengah. dan untuk penyusunan informasi keuangan yang dipakai dalam Usaha Kecil dan Usaha Menengah berdasarkan standar khusus untuk Usaha Kecil dan Usaha Menengah dan

dasar ini dinamakan dengan sak emkm atau dasar rekening bisnis lingkup, kecil dan menengah. demikian pula di antara Usaha Kecil dan Usaha Menengah dan usaha ukuran kecil menengah, Usaha Kecil dan usaha menengah pada dasarnya bisnis kecil dan menengah. dan istilah Usaha Kecil dan usaha Menengah sering dipakai untuk menjelaskan badan bisnis kecil dan badan usaha menengah. sementara itu, Usaha Kecil dan Usaha Menengah adalah singkatan dari usaha lingkup, kecil dan menengah, istilah yang lebih sering menjelaskan atau berfokus pada usaha badan bisnis lingkup.

Pada dasarnya USAHA KECIL DAN USAHA MENENGAH merupakan bisnis atau aktivitas yang dikuasai oleh perorangan, kelompok, bisnis kecil, dan rumah tangga. Bisnis Kecil dan Menengah merupakan bisnis oleh perseorangan atau badan hukum hasil barang yang dimiliki dan telah memenuhi syarat bisnis lingkup. Secara khusus Pengertian USAHA KECIL DAN USAHA MENENGAH diatur dalam Kebijakan peraturan RI nomor 20/2008 mengenai USAHA UKURAN KECIL MENENGAH. Menurut kebijakan peraturan, USAHA KECIL DAN USAHA MENENGAH merupakan bisnis lingkup, kecil dan menengah menurut macam bisnisnya.

B. Karakteristik Lingkup

usaha kecil dan usaha menengah memiliki karakteristik barang usaha yang fleksible atau bisa berubah sewaktu-waktu Lokasi usaha bisa berubah sewaktu-waktu Usaha tidak mempunyai pengelolaan, dimana dalam keuangan baik pribadi dan keuangan untuk usaha masih jadi satu. Pada umumnya tidak mempunyai akses pelayanan yang berkaitan dengan pelayanan bank, meski ada beberapa telah mempunyai hak masuk ke lembaga keuangan yang bukan perbankan. umumnya mereka tidak mempunyai secara legal atau ijin yang merupakan bagian dari NPWP

Usaha Kecil Dan usaha Menengah Ciri-ciri meliputi:

- macam barang/hasil barang usaha bisa berubah kapan saja atau tidak konsisten.
- tempat bisa berubah.
- Tidak ada pencatatan yang dilakukan dalam bisnis, meskipun dana swasta dan komersial masih digabungkan.

Kelompok pada Usaha Kecil Dan usaha Menengah dilakukan dengan memperhatikan antara lain terhadap omzet tahunan, besaran aset atau keuangan dan jumlah karyawan. Pada saat yang sama, usaha besar bisa diklasifikasikan sebagai usaha yang bukan milik usaha kecil dan menengah. Usaha kategori besar bagian usaha keuangan hasil barang yang dikelola oleh perusahaan dengan aset bersih atau hasil pendapatan tiap tahun yang lebih besar dibandingkan usaha pada menengah. Usaha besar antara lain usaha patungan, usaha milik negara atau swasta, dan usaha asing di Indonesia dalam kegiatan ekonomi.

Kelompok berdasarkan jumlah karyawan pada Usaha Kecil Dan Usaha Menengah:

1. Lingkup usaha, mempunyai jumlah karyawan dari 5 sampai dengan 20 orang karyawan
2. Lingkup bisnis hingga 50 karyawan
3. Bisnis menengah dengan jumlah biasanya antara 50 dan 100 karyawan dan
4. Usaha besar mempunyai karyawan lebih 100 karyawan.

Ada tertentu menjadi dasar suatu kegiatan bisa dikatakan sebagai usaha kecil dan usaha menengah.

1. Ruang Lingkup Usaha pada USAHA KECIL DAN usaha MENENGAH adalah usaha ekonomi hasil barang yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha berdasarkan syarat ruang lingkup usaha. Bisnis dengan kelabaan komersial 300 juta dan kekayaan bersih atau minimal kekayaan Rp 50 juta (tidak bagian tanah dan konstruksi) bisa dianggap sebagai BISNIS USAHA KECIL DAN usaha MENENGAH. Terkadang keuangan bisnis ruang lingkup masih tertukar dengan keuangan pribadi pemilik.

Contoh bagian penjual market kecil, tukang cukur, pedagang asongan, dll.

2. Usaha Kecil dan usaha menengah adalah kelompok hasil barang yang berdiri sendiri atau berdiri sendiri, baik milik perorangan maupun kelompok, dan bukan merupakan anak perusahaan dari usaha utama. mempunyai dan menguasai baik langsung atau tidak langsung menjadi usaha menengah. Usaha yang memenuhi syarat usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih antara Rp50 juta sampai dengan Rp500 juta. Kemudian penjualan tahunan naik dari 300 juta menjadi 2,5 miliar. Manajemen keuangan usaha kecil juga lebih profesional daripada bisnis lingkup.

Contoh USAHA KECIL DAN MENENGAH adalah usaha laundry, rumah makan kecil, bengkel sepeda motor, catering, olahan dan usaha lainnya.

3. Usaha Menengah, Usaha menengah merupakan usaha hasil barang dan bukan merupakan cabang atau anak perusahaan dari usaha pusat. Serta kepentingan langsung atau tidak langsung pada usaha kecil atau usaha besar yang jumlah kekayaan bersihnya sesuai dengan kebijakan peraturan.

Syarat usaha menengah adalah kekayaan bersih lebih dari lima ratus sampai sepuluh Milyar (tidak bagian bangunan dan tanah tempat usaha itu lain). Kemudian hasil penjualan tahunan mewujudkan 2,5 hingga lima puluh miliar. Selain pengelolaan keuangan tersendiri, usaha menengah mempunyai legalitas.

Contoh BISNIS USAHA KECIL DAN MENENGAH adalah toko roti rumahan, restoran besar, dan toko lain-lain

Berdasarkan perputaran dan terhadap hartanya, maka usaha bisa dibagi menjadi empat, yaitu:

1. Lingkup Kelompok yang mempunyai harta mulai dari Rp. Lima puluh juta sampai Rp. Dua ratus juta.
2. Lingkup Kelompok dengan total harta mewujudkan Rp. Dua ratus juta dan omzet tahunan mewujudkan sampai satu miliar rupiah
3. Unit Usaha Menengah dengan aset mewujudkan Rp. Dua ratus juta hingga Rp. sepuluh miliar dan omzet tahunan sampai sepuluh Miliar.

4. Untuk Kelompok kolaboratif dimana aset mewujudkan Rp. sepuluh miliar dan omzet tahunan lebih dari Rp. Lima puluh Miliar

PRINSIP USAHA KECIL DAN MENENGAH

- a. kekeluargaan
- b. Demokrasi ekonomi
- c. Kebersamaan
- d. Efisiensi yang adil
- e. Berkelanjutan
- f. Sadar lingkungan
- g. kemerdekaan
- h. Keseimbangan kemajuan
- i. Persatuan ekonomi nasional

Tujuan Usaha Usaha Kecil Dan Menengah, Menumbuhkan usahanya dan mengembangkan sebagai langkah membangun perekonomian di Indonesia dengan landasan dasar demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

C. Macam – Macam Bisnis Lingkup Berdasarkan Prospek yang ada

USAHA KECIL DAN USAHA MENENGAH di Indonesia sangat beragam dan mempunyai ciri khas tersendiri. Macam – macam dan contoh USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH merupakan sebagai berikut:

1. Kuliner.
Usaha kuliner yang banyak diminati merupakan makanan kuliner. Perbisnisan dengan inovasi di industri makanan dengan modal yang tidak harus besar bisa menjanjikan, hal ini disebabkan setiap orang pasti butuh makanan setiap hari. Meski ada covid, pengbisnis tidak bijaksana. Makanan dijual di pinggir jalan yang biasanya kini bisa diubah menjadi makanan beku atau kering.
2. Tata Rias
yaitu Kosmetik merupakan sesuatu yang tak tergantikan. Namun juga hasil barang bahan kulit yang sangat dibutuhkan masyarakat. Sekarang, ada banyak hasil barang kosmetik yang berbeda untuk usaha ukuran kecil menengah. Apalagi sekarang ini banyak sekali hasil barang kosmetik

dari korea selatan dan china yang sangat digemari masyarakat luas. Namun, banyak juga usaha usaha kecil dan menengah yang gencar menawarkan hasil barang lokal yang belum begitu bagus.

3. Usaha usaha kecil dan menengah di industri fashion
industri fashion juga terus berkembang mengikuti tren. Pakaian merupakan barang kebutuhan masyarakat, sehingga penjualan pakaian selalu penuh. Banyak usaha kecil yang berpeluang membuka olahan pakaian dalam negeri. Ada banyak barang yang berbeda untuk dijual. Mulai dari baju, sepatu, tas, dan lainnya. Mereka biasanya tidak membuat barang secara langsung, melainkan menjadi reseller atau menjual kembali baju bekas dari impor
4. Usaha selanjutnya adalah bisnis untuk tanaman hias.
Banyak orang mencari tanaman hias untuk dikoleksi. Alhasil, semakin banyak bermunculan usaha usaha kecil dan menengah di sektor pertanian. Selain tanaman, di sektor pertanian ini barang yang dijual bisa berupa pupuk, bibit tanaman, bahan tanam, alat berkebun, dll.
5. Otomotif
Usaha kecil dan usaha menengah di industri otomotif meski terkesan sulit, banyak usaha kecil dan usaha menengah yang sekarang bereksperimen dengan dunia otomotif. Tidak selalu mengenai mesin, karena banyak usaha kecil dan usaha menengah yang menjadi ikon di bidang ini, antar lain persewaan mobil motor, bengkel motor mobil, cuci motor mobil, dan penjualan atau pembelian untuk kendaraan.

D. Yang Mempengaruhi Berhasil dan Kegagalan

Penurunan jumlah usaha kecil dan usaha menengah dan andilnya terhadap peredaran domestik bruto indonesia akibat covid mulai 2020. Pokok masalahnya merupakan sebagai berikut:

1. Kebiasaan konsumsi barang dan jasa publik yang berubah sepanjang covid dari offline ke online
2. Usaha kecil dan usaha menengah mengalami pengurangan tenaga kerja karena diberlakukannya psbb (pembatasan sosial berskala besar)
3. Tantangan pada distribusi hasil barang
4. Kendala hasil barang bahan pokok

Upaya Pemerintah Mempromosikan USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH Indonesia

1. Undang – Undang dalam Penciptaan Lapangan Kerja

Dari total usaha kecil dan usaha menengah di , 64,13 juta UMK Indonesia berada di sektor informal, wajib untuk didorong agar beralih ke formal. sektor ini terus berhadapan dengan tantangan dengan proses ijin yang makin kompleks dan kebijakan yang bercampur di tingkat pusat dan daerah. Dengan menyiapkan Kebijakan peraturan Lapangan Kerja yang diciptakan yang disahkan pada tahun 2020 pemerintah bertujuan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Salah satu bagian yang diatur merupakan berkenaan perlindungan, kenyamanan, dan pemberkembangan usaha ukuran kecil

menengah. Pemerintah berharap dengan bantuan UU Cipta Kerja, usaha kecil dan usaha menengah bisa terus berkembang dan berkemampuan saing.

2. Aplikasi PEN

Dampak Covid-19 mengakibatkan pemerintah mengeluarkan salah satu program atau aplikasi yang dinamakan PEN atau Pemulihan Ekonomi Nasional untuk mengangkat kembali perekonomian di Indonesia yang terdampak terhadap menurunnya kegiatan masyarakat, pada sektor informal atau bisnis kecil menengah Aplikasi ini juga sebagai bentuk tindakan pemerintah. Aplikasi ini diwujudkan berdasarkan Permen Nomor. 43 tahun 2020 yang merupakan perubahan dari Permen Nomor 23 Tahun 2020

Sebagai upaya bagian dari pemerintah untuk mempromosikan usaha ukuran kecil menengah, informasi berikut tersedia pada aplikasi PEN untuk usaha ukuran kecil menengah, yaitu:

- Pengurangan bunga/margin
- Biaya pada jasa penjaminan (IJP)
- Modal dana masyarakat di perbankan
- Penjaminan pagu
- Laba dan rugi final perbisnisan
- Permodalan Dengan Badan Pengelola Modal Kerja Dana Koperasi usaha usaha kecil dan menengah
- Aplikasi Bantuan Presiden (Banpres) untuk Bisnis Lingkup Hasil barang

3. Permodalan Rakyat. Kredit Bisnis Rakyat (KUR)

Kegiatan pemerintah lainnya untuk mendorong USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH yaitu Kredit Komersial Rakyat (KUR) - aplikasi yang disalurkan dengan model penjaminan dengan memakail lembaga keuangan. Biaya jasa keuangan (bunga) atau pinjaman modal kerja dibantu pemerintah. Tujuan daripada KUR merupakan untuk permodalan meningkat dan makin kuat

4. Gerakan Nasional Bangga Buat Indonesia atau Gernas BBI

Gerakan ini yang dikeluarkan pemerintah pada tahun 2020 salah satu aplikasi promosi USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH. Gernas BBI untuk bertujuan mempromosikan branding nasional. hasil barang unggulan lokal untuk membuat industri baru dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi tentunya. Pemerintah mendorong pelaku usaha usaha kecil dan menengah dengan aplikasi online, untuk bergabung.

5. Meningkatkan hasil barang Indonesia ekspor dengan ASEAN Online Sales Day (AOSD)

ASEAN Online Sales Day (AOSD) belanja kegiatan yang diadakan oleh di sepuluh negara ASEAN platform e-commerce secara serentak. Yang kegiatannya bersamaan dengan hari jadi ASEAN pada 8 Agustus 2020. Pesertanya menawarkan barang dan jasa merupakan para pedagang dari kawasan ASEAN yang dengan Trading Through Electronic Systems (PMSE). AOSD bagi Indonesia merupakan prospek untuk mempromosikan dan membangun lokal nusantara citra hasil barang di kancah ASEAN, serta meningkatkan ekspor dan mendorong hasil barang Indonesia. diharapkan Upaya ini bisa,

meningkatkan dan memajukan jumlah usaha baik kecil dan usaha menengah tentunya meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. dengan makin banyak lapangan pekerjaan yang dibuat Oleh karenanya, maka angka pengangguran dan kemiskinan di Indonesia ini akan semakin berkurang.

Menurut bunga aditi dan sopi pentana (2018) ada empat faktor yang mempengaruhi berhasilnya dan kegagalan usaha pada tingkat kecil maupun menengah:

- a). Usaha Banyak yang dijalankan oleh pengelola dimana kurang mumpuni dan kurang berpengalaman. perannya dalam menangani
- b). Kurangnya keberpusatan pada wirabisnis atau perhatian yang mendukung.
- c). Sistem kontrol/pemantauan masih lemah. pemakaian kemampuan yang berlebihan hal ini mengakibatkan kerugian
- d). Kurangnya modal. Dengan persiapan modal yang tidak banyak menjalankan bisnis dapat mempengaruhi jalannya usaha menjadi tidak stabil

Sedangkan berhasilnya usaha merupakan:

- a). Usahnya dijalankan dengan karyawan yang bekerja dengan keras dan rajin
- b). support dari luar perusahaan berupa permintaan barang dan jasa yang semakin banyak

E. Pengembangan pada Usaha Kecil

sektor penting berperan terhadap pemulihan ekonomi salah satunya merupakan usaha ukuran kecil menengah. Bisa dikatakan struktur perekonomian Indonesia dan meningkat setiap tahunnya dimana karena jumlahnya mendominasi unik. Porsi dalam peredaran domestik bruto negara merupakan sekitar 61 persen dan mereka merupakan 97 persen dari total tenaga kerja. Dalam waktu krisis apapun, usaha usaha kecil dan menengah bahkan menjadi penyangga, mereka fleksibel dan mampu pulih dengan baik.

Menurut Menteri Koordinator Perekonomian Airlangga Hartarto, pengembangan Usaha Usaha Kecil dan Menengah merupakan kondisi yang dibutuhkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih besar di Indonesia. pemerintah Indonesia memperbolehkan perhatian serius terhadap sektor ini. pengembangan Usaha Kecil dan Usaha Menengah salah satu strategi untuk masuk kategori ini merupakan dengan meningkatkan akses permodalan. sekarang, porsi pinjaman Usaha Kecil dan Usaha Menengah terhadap total pinjaman masih pada 18 persen. Presiden Joko Widodo telah memperbolehkan instruksi untuk meningkatkan porsi kredit Usaha Kecil dan Usaha Menengah setidaknya 30 persen hingga 2024. untuk mewujudkan itu, pemerintah mutlak membutuhkan dukungan semua pihak.

Dikeluarkannya berbagai kebijakan oleh pemerintah untuk meningkatkan akses permodalan bagi usaha ukuran kecil menengah. Contohnya berupa biaya jasa penjaminan dan subsidi bunga Kredit

Bisnis Rakyat (KUR) yang sumber pendanaannya bersumber dari lembaga keuangan. Selain itu, ultra-microfinance memakaipermodalan dari APBN dan Event Funds serta permodalan Syariah dan disalurkan dengan lembaga keuangan lingkup. Untuk mengoptimalkan penyaluran permodalan USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH, pemerintah mengintegrasikan aplikasi-aplikasi yang ada baik hulu maupun hilir. Ekosistem keuangan yang terintegrasi, mulai dari aplikasi bantuan sosial hingga permodalan bisnis dari lembaga keuangan, bisa mendorong lebih banyak USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH untuk maju.

Selain segi permodalan, kemampuan saing usaha usaha kecil dan menengah juga bisa ditingkatkan dengan bantuan inovasi online. Untuk bisa bersaing di waktu ini, usaha usaha kecil dan menengah wajib menyesuaikan kebiasaan kegiatan normal, proses bisnis, dan layanannya berubah menjadi cepat, praktis dan mudah. Untuk memperkuat partisipasi usaha usaha kecil dan menengah dalam ekosistem ekonomi online, pemerintah telah memperbolehkan prospek antara lain dengan perizinan, insentif pajak, akses market dan ketersediaan bahan baku. Selain itu, penguatan ekosistem usaha usaha kecil dan menengah dengan pembayaran online, logistik, perlindungan data pribadi, implementasi sistem dan Aktivitas elektronik, serta penciptaan lingkungan bisnis yang sehat untuk infrastruktur online akan diimplementasikan di bidang e-commerce. (sumber Website: www.ekon.go.id)

Mengembangkan USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH membutuhkan tahapan dan perencanaan yang tepat. Langkah-langkah tersebut antara lain:

1. Memetakan dan melihat lokasi kekuatan

untuk mengembangkan bisnis Salah satu cara Kita dengan membuka cabang di daerah dengan penjualan yang tinggi merupakan kekuatan. Diawali dengan melakukan survey berbagai lokasi yang mempunyai tujuan market. Ikuti survei dan lacak lokasi yang akan Kita buka. dengan mencari tahu lokasi tersebut apakah memerlukan hasil barang yang Kita jual. Apakah orang yang melewati lokasi banyak, berapa banyak orang yang cenderung membeli hasil barang Kita, apakah akses logistik mudah dan kebutuhan untuk membuka di lokasi tersebut. Untuk bisa mengumpulkan data observasi dan mempertimbangkan apakah lokasi tersebut merupakan tempat yang tepat untuk membuka bisnis Kita.

2. Berperan dalam festival dan pameran

Dukung eksistensi hasil barang Kita dengan mengikuti pameran atau festival. Ini memperkenalkan hasil barang Kita ke masyarakat luas. Promosi dagang merupakan bagian dari kegiatan penjualan yang murah dan dapat memberikan nilai tambahan seperti bertemu vendor baru, mengenal pesaing perbisnisan Kita, dan juga menemukan pelanggan yang setia. Pilih pameran atau festival yang sesuai dengan hasil barang Kita. Contohnya, jika Kita mempunyai perbisnisan fashion, Kita tentu akan berpartisipasi dalam pameran yang membahas hasil barang fashion. Jika Kita mempunyai hasil barang kuliner/makanan khas, Kita wajib ikut serta dalam makanan tradisional.

3. Membangun relasi antar pengbisnis

tidak hanya sekedar berbisnis, tetapi Manajemen bisnis juga membangun relasi. Semakin banyak jaringan, semakin mudah untuk menemukan penjual yang bisa diakuratkan. Selain itu, semakin banyak jaringan yang Kita miliki, membuka prospek untuk memperluas bisnis Kita. Cobalah bergabung dengan sebagian kelompok yang mempunyai bisnis yang sama dengan Kita. Dengan cara ini Kita bisa menbisakan informasi mengenai perbisnisan Kita dengan lebih mudah.

4. Meningkatkan kualitas layanan

Ini merupakan bagian yang sama pentingnya dalam mengembangkan bisnis Kita. Dengan menbisakan masukan dari pelanggan, Kita bisa hal-hal yang tidak disukai pelanggan diperbaiki. Hal ini bisa meningkatkan kualitas layanan Kita. Tapi tidak semua keinginan Kita bisa terpenuhi. Kita wajib waspada untuk melihat masukan yang mana bisa dan tidak yang memperbaharui bisnis Kita. Prioritaskan masukan yang umumnya dihadapi pelanggan Kita yang membuat tidak nyaman sebagian besar pelanggan. pilih masukan dari pelanggan yang ada banyak tersebut. Karena itu bisa membedakan Kita dari pesaing Kita.

5. Tetap up-to-date dalam bisnis dengan teknologi

Di waktu online ini, disayangkan sangat jika Kita ketinggalan teknologi. Karena dengan teknologi Kita bisa memajukan usaha kita. Dengan sering membaca info mengenai teknologi yang berhubungan dengan bisnis maka kita tidak akan ketinggalan. Gunakan teknologi ini dalam usaha kita, seperti berkomunikasi dengan konsumen, memakai aplikasi Messenger untuk pemesanan atau promosi, mengirim video produk dan foto hasil barang Kita, melakukan panggilan video, dan banyak lagi. Semuanya ini bisa mempengaruhi jalannya bisnis Kita, market sekarang juga meminta cepat, akurat dan bisa diakuratkan. Informasi yang cepat, kredibilitas manajemen terorganisasi, SOP (Standar Operasional Procedure) merupakan hal-hal yang secara signifikan bisa melengkapi dan mendukung bisnis Kita. Mempunyai pengetahuan mengenai bagaimana teknologi dipakai dalam bisnis akan memberi Kita keunggulan terhadap pesaing Kita.

6. Menilai media sosial untuk memasarkan hasil barang

Setiap pengbisnis sangat ingin penjualan bisnisnya meningkat. cara yang efektif dengan penjualan (marketing). Di waktu online ini, mencari informasi di Internet melalui ponsel mereka. mereka biasa memakai untuk masuk di media sosial. Untuk itulah penjualan online dibutuhkan agar kita bisa mempresentasikan hasil barang untuk calon pelanggan. Semakin sering mereka membuka media sosial, semakin mereka melihat hasil barang Kita. Nilai kesempatan ini untuk melakukan penjualan online memakai media sosial antara lain WhatsApp, Facebook, Line, Instagram, maupun BBM.

7. Memakaisebagian toko online untuk menjual hasil barang

Berkat waktu online, orang lebih suka berbelanja online atau di toko online. Selain itu Karena dimana saja dan kapan saja belanja online bisa dilakukan. pelanggan tidak harus ke mall untuk menbisakan yang diinginkan. dengan e-commerce salah satu cara orang berbelanja online.

Toko online merupakan tempat orang membeli dan menjual semua macam barang melalui situs web, dan semuanya dilakukan secara online atau online. Toko online dengan konsep penjualan menawarkan layanan bisnis yang bisa mereka jual dengan membuka toko online di situs web

mereka. untuk menjual hasil barang gunakan situs e-commerce dan memperluas market Kita. Gunakan posisi yang ditawarkan oleh toko online untuk memfasilitasi semua penjualan.

8. Memakaisistem ERP untuk Accounting dan manajemen persediaan

Mengelola bisnis bukan hanya mengenai membeli dan menjual. Tetapi penting juga dimana Kita selalu mengetahui manajemen dan situasi keuangan perbisnisan Kita. perlu dilakukan penghitungan pencatatan dan pengecekan setiap kejadian yang terjadi oleh karena itu,. Jika Kita hanya bisa menghitung jumlah barang dengan jari Kita, tentu saja mudah. Namun, jika semuanya berjalan lancar dan ada banyak kegiatan penjualan dalam sebulan, tentu cukup mengganggu.

Itu sebabnya Kita membutuhkan sistem ERP dengan fitur untuk mengelola inventaris dan AccountingKita. Dari situ, Kita bisa melihat evolusi omset Kita setiap waktunya. Selain itu, Kita bisa melihat kinerja operasional untuk melihat apakah pengeluaran Kita lebih besar daripada penghasilanfinansial Kita. Untuk stok, Kita bisa melihat jumlah hasil barang yang ada. Kita juga bisa melihat hasil barang mana yang kurang diminati dan hasil barang mana yang berkinerja baik, sehingga Kita bisa mempertahankan jumlah hasil barang yang Kita miliki.

Mengembangkan bisnis tidak semudah menepuk telapak tangan. Karena itulah yang wajib Kita keluarkan terlebih dahulu. Keberhasilan bisnis Kita sangat tergantung pada strategi yang Kita gunakan. Jika Kita memakaistrategi yang salah, kemungkinan besar Kita akan mengalami kerugian. Namun dengan langkah yang terukur dan dilakukan dengan baik bisa meningkatkan penghasilan penjualan kita.

BAB 2

SEPUTAR INFORMASI KEUANGAN

A. Ruang Lingkup Informasi Keuangan

Standar Accounting Keuangan (SAK) Bisnis lingkup, usaha kecil dan usaha menengah (EMKM) ditujukan untuk dipakai oleh bisnis lingkup, kecil maupun menengah. Badan bisnis lingkup, kecil dan menengah adalah badan bisnis yang tidak mempunyai tanggungjawab terhadap publik yang signifikan tidak rekeningtabilitas publik sebagaimana yang ditetapkan dalam Standar Accounting Keuangan Perusahaan Tidak Akuntan Publik dan yang memenuhi arti dan syarat bisnis lingkup, USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH yang diatur dalam perkebijakan peraturanan. diberlakukan minimal dua tahun berturut-turut. Untuk Standar Accounting Keuangan EMKM bisa dipakai oleh perusahaan yang tidak memenuhi Pengertian dan syarat yang diberikan, jika lembaga tersebut memperbolehkan izin untuk perusahaan tersebut untuk menyusun informasi Accounting berdasarkan SAK Entitas Mikro Kecil Menengah.

Informasi keuangan bertujuan untuk memberikan informasi mengenai keadaan finansial dan hasil ekonomi perusahaan ekonomi yang bernilai bagi pemakai sejumlah besar dalam membuat keputusan keuangan, orang-orang yang tidak memerlukan informasi keuangan khusus untuk melengkapi informasi ini. Pemakai ini bagian penyedia sumber kemampuan untuk masyarakat seperti kreditur dan investor. Informasi finansial menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen terhadap modal kemampuan yang dipercayakan pemilik pada manajemen untuk mewujudkan tujuannya.

B. Keadaan keuangan

Informasi mengenai status keuangan suatu perusahaan (ekonomi) terdiri dari informasi mengenai Aktiva, hutang dan saham perbisnisan pada tanggal tertentu dan disajikan dalam neraca. Komponen-komponen ini di Pengertiankan sebagai berikut:

- 1) kekayaan merupakan sumber kemampuan yang dimiliki perusahaan (ekonomi) sebagai akibat kejadian sebelumnya dan asal usul perusahaan (ekonomi) akan mendapat nilai keuangan di waktu berikutnya.
- 2) Hutang merupakan hutang kini dari suatu perusahaan (ekonomi) yang didapatkan dari peristiwa waktu lalu dan pemenuhannya akan menyebabkan perputaran keluar sumber kemampuan yang mewakili nilai keuangan dari perusahaan (ekonomi).

3) Modal merupakan sisa kekayaan perusahaan (ekonomi) setelah dikurangi semua hutang.

C. Nilai ekonomis waktu depan

Syarat pengakuan mengacu pada saat terbitnya kepastian dimana nilai ekonomi waktu mendatang yang berkaitan dengan rekening akan bertambah ke atau dari perusahaan (ekonomi tersebut). tingkat ketidakpastian yang dinilai yang terkait dengan perputaran kas waktu depan didasarkan pada data yang berkaitan dengan situasi yang ada pada akhir waktu peinformasi saat informasi finansial disusun. Untuk rekening-rekening yang signifikan secara individual, penilaian dilakukan secara sendiri dan untuk rekening-rekening yang tidak berpengaruh secara sendiri sebagai kelompok populasi yang besar.

D. Penilaian

Pendaftaran komponen informasi keuangan merupakan proses pembuatan rekening dalam kinerja keuangan atau kinerja operasional dengan pemenuhan syarat berikut:

- 1) nilai keuangan berkaitan dengan aktivitas kemungkinan akan mengalir baik arus masuk atau arus keluar dari perusahaan ekonomi; dan
- 2) secara akurat rekening tersebut merupakan biaya yang terukur

Syarat lain untuk mendaftarkan objek merupakan adanya biaya perolehan yang bisa diukur secara akurat. Dalam umumnya kasus, biaya persediaan bisa diukur dengan akurat. Dalam masalah lain, biaya ini wajib diperhitungkan. Jika menilai dengan tepat tidak mengizinkan, rekening tidak dimiliki atau disajikan dalam neraca atau kinerja operasional tersebut.

Penilaian merupakan penentuan sejumlah uang untuk mencatat aktiva, hutang, penghasilan dan biaya dalam informasi keuangan. Dalam SAK EMKM, dasar penilaian komponen rekening tahunan merupakan biaya pertama. Biaya perolehan Aktiva merupakan jumlah uang yang dibayarkan untuk perolehan Aktiva pada saat perolehan. Biaya kewajiban merupakan jumlah uang atau uang yang didapatkan atau jumlah uang diharapkan untuk dibayarkan dalam menyelesaikan kewajiban pada kegiatan bisnis biasa.

E. Aktiva dan Kewajiban

Nilai ekonomi dari Aktiva merupakan kekuatan Aktiva baik secara langsung maupun tidak langsung untuk berpartisipasi dalam perputaran kas unit (ekonomi). Perputaran kas ini bisa didapatkan dari pemakaian atau pelepasan Aktiva. Sebagian Aktiva mempunyai wujud, sementara sebagian tidak mempunyai wujud (tidak berwujud). Namun, wujud properti tidak penting untuk menetapkan letak properti.

Fitur utama utang merupakan dimana perusahaan (ekonomi) mempunyai utang bertindak sesuatu untuk atau melakukan dengan cara tertentu. Tanggung jawab bisa berujud hutang secara hukum dan hutang de facto. Hutang hukum bisa ditegakkan dengan kontrak yang mengikat secara hukum atau ketentuan kebijakan peraturan. Hutang aktual merupakan hutang yang timbul dari aktivitas perusahaan (ekonomi), jika:

1) perusahaan (ekonomi) telah menyatakan untuk pihak lain berdasarkan praktik waktu lalu, prinsip-prinsip yang diterbitkan, atau pernyataan terkini yang cukup akurat dimana ia melakukan hutang tertentu. ; dan

2) sebagai akibatnya, pihak lain mempunyai harapan yang kuat dan sah dimana perusahaan akan memenuhi hutang tersebut. Pemenuhan hutang lancar pada umumnya meliputi pembayaran tunai, pengalihan harta selain uang tunai, pemberian atau penggantian jasa dan/atau hutang dengan hutang lain tersebut. Hutang bisa juga dipenuhi caranya kreditur dengan dibebaskan atau dibatalkan

F. Penghasilan dan biaya

Penghasilan bagian penghasilan dan laba.

1) Penghasilan merupakan penghasilan yang didapatkan dalam kegiatan bisnis biasa, yang dipahami dengan banyak nama, seperti: penjualan, sewa dividen, royalti, biaya dan bunga.

2) Laba menjelaskan rekening-rekening lain yang berkaitan dalam dengan laba, tetapi bukan bagian dalam kelompok penjualan, contohnya: laba berasal penjualan Aktiva

Biaya bagian pengeluaran dan kerugian yang terjadi sepanjang kegiatan normal perusahaan (ekonomi).

1) Biaya yang didapatkan dari aktivitas normal perusahaan ekonomi meliputi, contohnya, HPP, gaji, dan penurunan.

2) Kerugian menjelaskan rekening-rekening yang berkaitan dalam Pengertian biaya, tetapi bukan bagian pada kelompok biaya yang berasal dari aktivitas rutin perusahaan (ekonomi), contohnya: kerugian pengalihan Aktiva

G. Hasil

Informasi hasil keuangan unit (ekonomi) terdiri dari penghasilan biaya untuk waktu peinformasi dan disajikan dalam kinerja operasional . Komponen-komponen tersebut diPengertiakan sebagai berikut:

1) Penghasilan merupakan peningkatan nilai ekonomi sepanjang satu waktu Accounting dalam wujud peningkatan perputaran kas atau Aktiva atau penurunan hutang yang mengakibatkan peningkatan modal yang bukan karena kinerja untuk investor.

2) Biaya merupakan pengurangan kelabaan ekonomi dalam suatu waktu Accounting berupa penurunan perputaran kas atau Aktiva atau peningkatan hutang, yang menyebabkan penurunan

modal yang tidak dibagikan untuk investor. Pengakuan penghasilan biaya dalam kinerja operasional secara langsung bwaktusal dari pengakuan Aktiva dan kewajiban.

BAB 3

PENYUSUNAN INFORMASI KEUANGAN

Bisnis usaha kecil dan usaha menengah memainkan tugas penting di sector ekonomi Indonesia. Bisnis ini bisa sangat meluas untuk lapangan kerja untuk masyarakat dan pelayanan ekonomi, mempengaruhi perataan dan meningkatkan penghasilan, ekonomi makin tumbuh dan terdorong serta ekonomi nasional stabil dan meningkat. Menurut Kebijakan peraturan Tahun 2008 Nomor 20 tentang Bisnis Lingkup, usaha Kecil, dan usaha Menengah, merupakan bisnis ekonomi hasil barang mandiri yang dikelola oleh pribadi atau perbisnisan yang bukan cabang perbisnisan.

Dalam pengelolaan perbisnisan, keberhasilan USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH tidak terlepas dari kemampuan mengelola keuangan perbisnisan. Kekeliruan dalam pengelolaan dana bisa mengancam keberlangsungan USAHA UKURAN KECIL MENENGAH. Dengan pengelolaan dana yang baik, USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH bisa mengidentifikasi, mencegah dan melakukan perbaikan dalam pencatatan Aktivitas USAHA UKURAN KECIL MENENGAH. Informasi Accounting yang jelas didapatkan saat menyiapkan informasi keuangan. Hutang USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH untuk menjaga rekening yang baik tercantum dalam UU USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH no. 9 tahun 1995 dan dalam UU Perpajakan. Pemerintah menganggap penting untuk mempunyai informasi Accounting dengan peinformasi Aktivitas, sehingga memudahkan USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH untuk memenuhi persyaratan peinformasi keuangan dan mengajukan kredit dari lembaga kredit resmi

A. Pengertian Informasi Keuangan

Informasi keuangan pada hakekatnya merupakan output dari suatu sistem Accounting yang bisa dipakai sebagai alat untuk menyampaikan pada pihak informasi finansial atau kegiatan pada perbisnisan yang berkaitan terhadap informasi tersebut. atau aktivitas perbisnisan, perbisnisan (Munawir, 2004). Sofyan S. Harahap (2006), Menurutnya informasi keuangan merupakan informasi yang menjelaskan keadaan keuangan dan kinerja suatu perbisnisan pada suatu titik waktu atau waktu

tertentu. Informasi keuangan yang penting mengenai aktivitas keuangan perbisnisan tercermin pada siklus akuntansi, tetapi juga diolah dan dirangkum sehingga bisa untuk pengambilan keputusan memperbolehkan informasi keuangan (Kieso, 2014). merinci maknanya; Informasi keuangan merupakan penyusunan terorganisasi dari status keuangan dan kinerja perusahaan ekonomi. Tujuan informasi keuangan merupakan untuk memberikan informasi mengenai keadaan finansial, kinerja, dan perputaran kas perusahaan bagi banyak pemakai informasi yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan keuangan. IAI (2015)

tujuan informasi keuangan dijelaskan dalam Ikatan Akuntan Indonesia (2015) antara lain:

- 1) memperbolehkan informasi mengenai keadaan keuangan perbisnisan, hasil dan perubahan keadaan keuangan, yang bernilai bagi berbagai pengguna pengambilan keputusan dalam keuangan,
- 2) menjelaskan dampak keuangan dari peristiwa waktu lalu. Biasanya terlihat pada penyusunan informasi keuangan bersama dengan kebutuhan pemakai,
- 3) kinerja manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan dan hasil pertanggungjawaban manajemen ditunjukkan dalam informasi keuangan.

Tujuan informasi keuangan merupakan untuk memberikan informasi keuangan suatu perbisnisan baik untuk waktu tertentu maupun untuk waktu lain. Sehingga tujuan penyusunan informasi keuangan menurut Kasmir (2008), ada 8, yaitu:

- 1) macam dan nilai kekayaan perbisnisan sekarang;
- 2) memperbolehkan informasi mengenai macam dan nilai utang modal perseroan sekarang;
- 3) memperbolehkan informasi macam dan jumlah penghasilan sepanjang waktu;
- 4) memperbolehkan jumlah informasi biaya dan macam biaya yang digunakan perbisnisan sepanjang waktu tertentu;
- 5) memperbolehkan informasi perubahan aktiva, hutang dan modal perseroan;
- 6) memperbolehkan informasi mengenai hasil pengurusan perseroan sepanjang satu waktu;
- 7) memperbolehkan informasi mengenai lampiran informasi keuangan tahunan; dan
- 8) memperbolehkan informasi keuangan lainnya.

Laporan keuangan diperuntukkan yang berkaitan, dengan pihak manajemen, pemberi dana pinjaman, dewan dan lainnya. Pemakai informasi finansial investor, calon investor, karyawan, pemberi modal pinjaman, pemasok dan kreditur korporat lainnya, pelanggan, pemerintah dan lembaga lain, serta yang membutuhkan informasi posisi keuangan tersebut. Informasi yang terkandung dalam informasi keuangan yang bernilai bagi pemakainya disebut karakteristik atau karakteristik kualitatif. Karakteristik kualitas informasi keuangan merupakan:

- 1) relevansi,
- 2) keakuratan,
- 3) keterbandingan, dan
- 4) kelengkapan. (IAI, 2015).

Laporan dianggap relevan jika:

- 1) mengandung umpan balik (nilai realisasi), informasi tersebut mengizinkan pemakai untuk mengkonfirmasi atau memeriksa harapan mereka sebelumnya,

- 2) mempunyai nilai ramalan, informasi tersebut bisa membantu pemakai memramalan hasil di waktu mendatang berdasarkan hasil waktu lalu dan sekarang satu peristiwa,
- 3) informasi yang diperbarui sesuai kebutuhan berpengaruh sehingga bermanfaat untuk pengambilan keputusan
- 4) laporan posisi keuangan selengkap mungkin disajikan, bagian Accounting yang bisa berpengaruh atas keputusan. melakukan dengan melihat yang ada. latar belakang Informasi untuk data kunci tercantum pada informasi keuangan disajikan secara jelas untuk menghindari kesalahan dalam pemakaian.

Laporan yang akurat memenuhi karakteristik;

- 1) penyusunan yang jujur, yaitu informasi yang secara jujur menjelaskan Aktivitas dan peristiwa lain yang sewajarnya dibuat atau yang wajar untuk disajikan bisa diharapkan,
- 2) informasi bisa verifiable yang dibuat dalam informasi keuangan tahunan bisa dites, jika bisa diverifikasi lebih dari satu kali oleh pihak yang beda, namun hasil memperlihatkan kesimpulan tidak beda jauh satu sama lain,
- 3) informasi netral ditujukan untuk pihak umum dan hanya pada kebutuhan sebagian pihak.

Informasi keuangan lebih bermanfaat jika bisa diujikan dengan informasi keuangan waktu sebelumnya atau secara umum dengan informasi perusahaan peinformasi lainnya. Perbandingan bisa dilakukan baik secara internal maupun eksternal. Perbandingan internal merupakan analisa dilakukan untuk mendapat informasi detail dan rinci terkait perbisnisan. manajemen melakukan analisa tersebut oleh terutama untuk mengukur tingkat efisiensi kegiatan bisnis dan untuk kejelasan perubahan situasi keuangan. Selain informasi keuangan yang diungkapkan untuk analis internal, ada juga informasi internal yang umumnya tidak diungkapkan dan hanya dipakai untuk kepentingan internal. Tolok ukur eksternal dilihat pada data keuangan tahunan dan data kegiatan suatu perbisnisan, yang bisa dipakai untuk menentukan kekuatan keuangan atau kelemahan perbisnisan tersebut. Analisa yang digunakan dari ekspresi komparatif dan urutan nomor indeks.

Dalam informasi keuangan Informasi disajikan yang bisa dimengerti oleh pemakai dan disajikan dalam wujud dan nama yang berbeda dalam ruang lingkup pemahaman pemakai. Oleh karena itu, diasumsikan dimana pemakai informasi keuangan mempunyai informasi yang cukup mengenai kegiatan dan lingkungan kegiatan perusahaan atau perbisnisan pelapor, serta kesediaan pemakai untuk menyelidiki informasi tersebut.

B. Penyusunan Wajar dan Penyusunan Konsisten

Tujuan informasi keuangan merupakan untuk memberikan informasi mengenai status kinerja ekonomi dan keuangan perusahaan bagi sejumlah besar pemakai yang bermanfaat dalam mengambil keputusan keuangan, dari pihak yang tidak bisa mendapatkan informasi keuangan untuk memenuhi kebutuhan khusus informasi tersebut. Pemakai ini bagian penyediaan kemampuan untuk masyarakat seperti kreditur dan investor. tanggung jawab manajemen ditunjukkan oleh Informasi keuangan juga terhadap sumber kemampuan yang dipercayakan untuknya untuk mewujudkan tujuannya.

Penyusunan wajar mensyaratkan representasi yang adil dari dampak Aktivitas, peristiwa dan keadaan lain sesuai dengan Pengertian dan syarat untuk mencatat Aktiva, kewajiban, penghasilan, dan biaya. Pemberitahuan dibutuhkan jika pemenuhan sebagian kriteria SAK EMKM bagi pemakai tidak cukup untuk memahami dampak Aktivitas, peristiwa, dan keadaan lain terhadap keadaan keuangan dan hasil perusahaan ekonomi.

Penyusunan wajar informasi keuangan mensyaratkan perusahaan (ekonomi) menyediakan hal-hal berikut:

- 1) material: untuk membuat keputusan pemakai bisa memakai informasi.
- 2) penyusunan yang benar: penyusunan yang dibuat dengan benar atau sesuai dengan cara penyusunannya dan tidak mengandung kekeliruan atau bias yang material.
- 3) keterbandingan: informasi yang terkandung dalam informasi keuangan unit (ekonomi) bisa diujikan antar waktu untuk mengidentifikasi perkembangan keadaan dan kinerja keuangan. Informasi yang terkandung dalam informasi keuangan suatu perusahaan juga bisa diujikan antar perusahaan untuk menilai keadaan dan kinerja keuangan.
- 4) comprehensibility: pemakai bisa dengan mudah memahami informasi yang diberikan. Diasumsikan dimana pemakai mempunyai informasi yang cukup dan berkeinginan untuk mempelajari informasi ini dengan kehati-hatian yang wajar

Penyusunan dan kelompok rekening dalam informasi keuangan perusahaan (ekonomi) disusun secara konsisten antara waktu peinformasi, kecuali:

- 1) terdapat perubahan signifikan dalam sifat aktivitas perusahaan ekonomi atau jika telah terjadi perubahan dalam cara penyusunan informasi keuangan atau dalam kelompok informasi penyusunan dengan tepat, dengan pertimbangan syarat memilih dan penentuan prinsip persiapan.
- 2) prinsip rekeningtansi, perkiraan dan kekeliruan; atau SAK EMKM membutuhkan perubahan penyusunan. Jika cara penyusunan informasi keuangan atau kelompok telah berubah akibat penentuan terhadap, perusahaan (ekonomi) wajib merekelompok jumlah komparatif, kecuali rekelompok secara praktis tidak mungkin dilakukan

C. Informasi Keuangan Lengkap

Perusahaan yang informasi tahunannya memenuhi SAK EMKM secara tegas dan eksklusif mempublikasikan informasi pemenuhan SAK EMKM pada lampiran keuangan tahunan. Perusahaan ekonomi tidak bisa menjelaskan informasi keuangan sesuai dengan SAK EMKM, kecuali rekening tahunan memenuhi semua persyaratan SAK EMKM. Kecuali SAK EMKM menentukan lain, perusahaan ekonomi menyajikan data pembanding, yaitu data dari tahun keuangan semua jumlah yang terdapat dalam informasi rekening waktu tersebut

Neraca perbisnisan bisa mempunyai rekening-rekening antara lain:

- 1) cash dan kredit bank;
- 2) persyaratan;
- 3) aksesori;
- 4) aktiva permanen;
- 5) kewajiban untuk pemasok;

- 6) kewajiban dengan bank;
- 7) modal.

perusahaan wajib menyajikan rekening dan bagian rekening dalam neraca, jika presentasi tersebut penting mengerti keadaan finansial ekonomi perusahaan. tidak ada ketentuan SAK pada EMKM wujud ataupun urutan invoice yang akan disajikan. Pada saat yang sama, perusahaan (ekonomi) bisa menyajikan rekening Aktiva dalam urutan likuiditas dan hutang.

Informasi keuangan minimum terdiri dari:

- 1) Saldo akhir tahun buku;
- 2) Laba waktu peinformasi;
- 3) Lampiran informasi finansial yang memuat rincian dan tambahan rekening-rekening lain yang sesuai. mensyaratkan jumlah yang sebanding, informasi keuangan yang lengkap dimana perusahaan memberikansetidaknya dua bagian pada tiap informasi menjadi syarat dan note terkait terhadap informasi finansial.

perusahaan dengan jelas mengidentifikasi setiap informasi keuangan dan lampiran pada informasi keuangan. Selain itu, perusahaan (ekonomi) wajib menyajikan dengan jelas informasi berikut dan, jika perlu, ulangi yang dibuat untuk dimengerti:

- 1) perusahaan (ekonomi) yang membuat dan menghasilkan informasi;
- 2) Periode waktu laporan;
- 3) mata uang yang digunakan Rupiah; dan
- 4) nominal bulat yang dipakai dalam penyusunan informasi tahunan.

D. Kelompok Aktiva dan Kewajiban

Perusahaan ekonomi bisa secara terpisah menyajikan Aktiva tempo pendek dan tempo panjang serta hutang tempo pendek dan tempo panjang dalam neraca. Perusahaan (ekonomi) mengelompokkan Aktiva sebagai Aktiva tempo pendek jika:

- 1) diasumsikan diwujudkan atau dimiliki untuk dilepas atau dipakai sepanjang kegiatan perusahaan (ekonomi);
- 2) Diadakan untuk tujuan komersial;
- 3) dapat diimplementasikan dalam waktu setahun di akhir waktu peinformasi;
- 4) dalam wujud tunai pengecualian pertukaran atau pemakaian untuk membayar utang i setidaknya sepanjang 12 bulan setelah akhir waktu peinformasi. perusahaan mengelompokkan semua Aktiva lainnya sebagai Aktiva tetap. Jika siklus kegiatan normal perusahaan tidak bisa diidentifikasi secara jelas, diasumsikan siklus kegiatan merupakan 12 bulan.

perusahaan mengelompokkan kewajiban sebagai hutang tempo pendek jika:

- 1) diharapkan akan dibayar sepanjang siklus kegiatan normal perusahaan (ekonomi);
- 2) disimpan untuk tujuan komersial; hutang dipenuhi dalam setahun mulai waktu peinformasi; perbisnisan tidak mempunyai hak mutlak untuk menanggukuhkan pembayaran kewajiban paling sedikit duabelas bulan sesudah waktu akhir peinformasi. Perusahaan (ekonomi) mengelompokkan semua hutang lainnya sebagai hutang tempo panjang.

E. Kinerja operasional

Cakupan kinerja operasional ini mensyaratkan perusahaan untuk menyajikan kinerja operasional yang merupakan hasil keuangan tahun buku perusahaan tersebut. Bagian ini juga mengatur informasi dan penyusunan kinerja operasional .

Informasi yang disajikan dalam rekening penghasilanperbisnisan bisa mencakup rekening-rekening :

- 1) penjualan;
- 2) biaya finansial;
- 3) pajak biaya;

perusahaan menyediakan rekening dan kelompok rekening pada kinerja operasional, jika penyusunan tersebut penting untuk memahami hasil keuangan perusahaan ekonomi. Kinerja operasional mencakup semua penghasilan biaya yang dicatat dalam waktu peinformasi, pengecualian jika standar khusus untuk EMKM menentukan lain. Standar pada EMKM mengatur pemakaian akibat perbaikan kekeliruan dan berubahnya prinsip Accounting yang dibuat secara retrospektif diujikan dengan waktu peinformasi sebelumnya, bukan bagian pembuatan untunga rugi waktu perubahan terjadi. prinsip dalam accounting, perkiraan dan kekeliruan).

Informasi yang disajikan dalam lampiran informasi pembukuan tahunan meliputi:

- 1) penegasan dimana informasi Accountingtahunan disusun disesuaikan dengan SAK untuk EMKM;
- 2) ringkasan prinsip-prinsip penyusunan;
- 3) tambahan informasi dan rincian rekening yang menggambarkan Aktivitas tertentu signifikan berkaitan untuk membantu pemakai memahami informasi keuangan.

Laporan macam lain yang ditambahkan dan perincian akan diberikan menyesuaikan pada macam bisnis perusahaan ekonomi. Lampiran informasi Accounting tahunan disajikan secara sistematis sejauh mungkin secara praktis. Setiap rekening dalam informasi keuangan mengacu pada informasi terkait dalam catatan terhadap informasi keuangan.

BAB 4

PRINSIP DASAR AKUNTANSI

A. Lingkungan Akuntansi

Bagian ini memperbolehkan panduan mengenai pemilihan dan penentuan kebijakan Accounting yang dipakai dalam penyusunan informasi keuangan. Bagian ini juga mengatur perlakuan Accounting ketika perkiraan Accounting berubah dan koreksi kekeliruan waktu lalu.

B. Prinsip Accounting

Prinsip Accounting merupakan ketentuan yang mendasari dan pelaksanaan tertentu yang diimplementasikan sebuah perusahaan (ekonomi) ketika membuat dan memberikan informasi keuangannya. Secara khusus SAK untuk EMKM mengatur bagaimana Accounting terhadap Aktivitas, kejadian atau keadaan lain, perusahaan diimplementasikan prinsip Accounting sesuai dengan ketentuan SAK pada EMKM. Apabila tidak mengatur secara khusus perlakuan Accounting terhadap suatu Aktivitas, kejadian ataupun kondisi lain, maka perusahaan berpedoman dan memperhatikan hanya konsep Aktiva, hutang, penghasilan biaya, syarat Accounting dan konsep penilaian, serta prinsip umum sebagian 2 konsep dan prinsip umum SAK EMKM. Terhadap Aktivitas, peristiwa atau keadaan lain tersebut, perbisnisan tidak mempertimbangkan perintah selain yang diatur dalam SAK EMKM.

C. Kesenambungan dan Perubahan Prinsip Accounting

(Ekonomi) Perusahaan memilih dan diimplementasikan dengan tidak berubah prinsip rekeningnya untuk Aktivitas, kejadian, dan keadaan yang lainnya.

Perbisnisan mengubah prinsip rekeningtansinya hanya jika perubahan tersebut:

- 1) Perubahan tersebut dibutuhkan untuk mengubah EMKM sesuai SAK; atau
- 2) menyusun informasi berkaitan dengan finansial dimana memperbolehkan akurat informasi dalam menempatkan keuangan dan yang penting mengenai pengaruh Aktivitas, peristiwa dan keadaan lain terhadap keadaan atau hasil keuangan.

Keadaan berikut bukan merupakan perubahan prinsip rekening:

- a) penentuan prinsip Accounting pada Aktivitas, kejadian dan keadaan berbeda yang lain secara signifikan dari Aktivitas yang direalisasi sebelumnya, peristiwa dan keadaan lain; dan

b) pengenalan prinsip Accounting baru untuk Aktivitas, kejadian dan keadaan yang lain terjadi tidak signifikan atau tidak sebelumnya.

Perusahaan menjelaskan berubahnya prinsip Accounting sebagai berikut:

- 1) perbisnisan diimplementasikan perubahan prinsip Accounting akibat perubahan persyaratan SAK EMKM sesuai dengan kemungkinan peraturan; atau
- 2) perusahaan (ekonomi) diimplementasikan semua perubahan lain dalam prinsip Accounting secara retroaktif

Accounting baru diimplementasikan lebih pertama. Jika tidak mungkin untuk menentukan dampak dari perubahan cara Accounting satu waktu pada data komparatif dari satu atau lebih waktu sebelumnya, perusahaan (ekonomi) wajib diimplementasikan cara Accounting baru ke nilai neraca Aktiva dan kewajiban. waktu paling pertama yang disajikan. penentuan retroaktif yang secara praktis dimungkinkan, seperti yang mungkin terjadi pada waktu sekarang, dan menyesuaikan saldo pertama setiap komponen stok yang terpengaruh untuk waktu tersebut. Implementasi perjanjian tidak mungkin dilakukan jika perusahaan (ekonomi) tidak bisa melakukan perjanjian setelah mengambil semua langkah yang wajar kecuali memperbaiki kekeliruan.

(Ekonomi) Perusahaan mencatat dampak perubahan perkiraan Accounting secara non-retrospektif (kecuali perubahan tersebut tercermin dalam rekening penjualan:

- 1) pada waktu terjadinya perubahan, jika hanya mempengaruhi waktu ini;
- 2) waktu perubahan terjadi kemudian jika keduanya terpengaruh waktu kedepan. Jika berubahnya perkiraan Accounting mengganti Aktiva dan kewajiban atau berkaitan terhadap rekening modal, unit (ekonomi) wajib menjelaskan hal ini dengan menyesuaikan nilai buku rekening Aktiva, kewajiban, atau modal terkait pada waktu perubahan.

Koreksi kekeliruan waktu lalu

Kekeliruan waktu lalu merupakan kekurangan dan kekeliruan dalam informasi keuangan perusahaan (ekonomi) untuk satu atau lebih waktu sebelumnya, yang diakibatkan oleh fakta dimana informasi akurat tidak dipakai atau disalahgunakan:

- 1) yang tersedia pada saat penutupan informasi keuangan; dan
- 2) yang wajib didapatkan dan dipertimbangkan dalam pembuatan dan penyusunan informasi keuangan. Kekeliruan tersebut bagian efek dari kekeliruan matematis, kekeliruan penentuan prinsip rekeningtansi, kekeliruan atau kekeliruan interpretasi fakta, dan kecurangan.

(Ekonomi) perusahaan, jika mengizinkan, secara retroaktif memeriksa kekeliruan waktu ekonomi sebelumnya setelah penemuan pertamanya dalam informasi keuangan yang diterbitkan sebagai berikut:

- 1) memeriksa jumlah komparatif waktu peinformasi sebelumnya ketika kekeliruan muncul; atau
- 2) jika kekeliruan terjadi sebelum waktu peinformasi paling pertama, saldo pertama Aktiva, kewajiban, dan modal disesuaikan dari waktu peinformasi paling pertama. Jika tidak mungkin untuk menentukan waktu spesifik dari dampak kekeliruan dalam data komparatif dari satu atau lebih waktu penyusunan sebelumnya, perusahaan (ekonomi) menyesuaikan saldo pertama Aktiva, kewajiban, dan modal mulai dari waktu paling pertama tahun yang praktis mungkin membuat penyesuaian

retroaktif (yang mengizinkan). Ketidakpraktisan merupakan situasi di mana perusahaan (ekonomi) tidak bisa mengimplementasikan perjanjian setelah semua langkah yang wajar telah diambil.

BAB 5

PENILAIAN INFORMASI KEUANGAN

Penilaian merupakan proses penentuan jumlah moneter untuk mencatat Aktiva, hutang, penjualan, dan biaya dalam informasi keuangan. Dalam SAK EMKM, dasar penilaian komponen perhitungan tahunan merupakan biaya pertama. Biaya perolehan Aktiva merupakan jumlah uang yang dibayarkan untuk perolehan Aktiva pada saat perolehan. Biaya historis utang merupakan jumlah uang yang didapatkan atau jumlah uang yang diinginkan untuk dibayarkan sehingga menutup utang dalam kegiatan usaha dalam kondisi baik.

A. Asumsi akrual

(Ekonomi) perusahaan menyusun informasi keuangan terhadap pedoman akrual. Rekening dimiliki secara akrual sebagai Aktiva, hutang, modal, penghasilan biaya ketika Pengertian rekening dan syarat pencatatan terpenuhi.

B. Unit ekonomi dan kelangsungan kegiatan

Kesinambungan kegiatan Dalam penyusunan informasi keuangan, manajemen ED SAK memakai EMKM, menilai kemampuan perbisnisan untuk meneruskan kegiatannya di waktu depan (going concern). Perusahaan berlanjut sebagai jalan hidup bisnis kecuali manajemen bermaksud untuk membubarkan perusahaan atau menutup kegiatannya ataupun pilihan tidak ada yang realistis selainpun dilakukan. Jika perusahaan (ekonomi) tidak menyusun informasi keuangan berdasarkan asumsi kelangsungan bisnis, perusahaan (ekonomi) wajib mengungkapkan fakta yang menyebabkan perusahaan (ekonomi) tidak mempunyai dasar untuk jalan hidup bisnis.

C. Materialitas

Pentingnya informasi dipengaruhi oleh sifat dan materinya. Sebuah non-representasi (kekurangan) atau kekeliruan dalam pencatatan (misrepresentasi) dalam informasi keuangan tahunan merupakan penting jika, sendiri atau dalam kombinasi, bisa mempengaruhi keputusan keuangan pemakai informasi tersebut. Materialitas menyesuaikan pada luas dan sifat penghilangan atau salah saji, dengan mempertimbangkan keadaan material. Jumlah atau sifat informasi keuangan, atau kombinasinya, bisa menjadi faktor penentu.

D. Asas Kepemilikan dan Penilaian Pervasif

Persyaratan kepemilikan dan penilaian Aktiva, hutang, pendapatan serta biaya pada SAK dalam EMKM atas dasar pada aturan umum dan kerangka dasar pembuatan maupun penyusunan perhitungan tahunan. Jika tidak ada prosedur khusus yang diatur untuk Aktivitas atau peristiwa lain dalam SAK EMKM, perusahaan wajib mempertimbangkan dalam bab ini

E. Pengakuan dalam informasi Accounting tahunan

Aktiva dimiliki dalam neraca, jika yakin dimana unit (ekonomi) akan mendapatkeuntungan ekonomi negatif dan Aktiva tersebut mempunyai biaya perolehan yang bisa ditentukan secara akurat. Suatu unsur tidak dimiliki dalam neraca jika nilai finansial dianggap tidak mungkin akan bernilai bagi masyarakat, bahkan jika pengeluaran tersebut terjadi. Alternatifnya, biaya yang mempengaruhi laba dicatat sepanjang Aktivitas.

Hutang dicatat dalam neraca bila bisa dipastikan dimana suatu sumber kemampuan yang menyatakan nilai keuangan akan diciptakan untuk memenuhi hutang masyarakat dan nilai yang wajib dibayar bisa ditentukan dengan akurat. Penghasilan dimiliki dalam kinerja operasional ketika nilai keuangan yang berlawanan terkait dengan peningkatan Aktiva atau penurunan hutang telah meningkat dan bisa ditentukan secara akurat. Biaya dimiliki dalam kinerja operasional ketika nilai keuangan yang terkait dengan berkurangnya Aktiva atau peningkatan hutang telah berkurang dan bisa ditentukan dengan akurat

BAB 6

PENGAKUAN DAN PENILAIAN

A. Pengakuan dan Penilaian

Bab ini menjelaskan ketentuan pengakuan dan penilaian Aktiva tetap, bagian bangunan maupun tanah untuk yang dikuasai sewa atas penghasilan atau nilai kenaikan ataupun keduanya. Aktiva tak berwujud memperolehnya bisa tidak dipisahkan dari Aktiva tetap didapatkan, ikuti petunjuk yang diberikan pada poin ini. Aktiva tetap merupakan Aktiva yang:

- 1) milik perusahaan (ekonomi) untuk dipakai dalam aktivitas bisnis normalnya;
- 2) diinginkan akan dipakai perusahaan untuk lebih dari satu waktu

Ketika menentukan memiliki Aktiva tetap, perusahaan (ekonomi) wajib diimplementasikan syarat pengakuan yang diberikan pada seksi 2.22. Oleh karena itu, unit (ekonomi) akan menjelaskan biaya dalam biaya perolehan Aktiva tetap jika:

- 1) unit (ekonomi) kemungkinan besar akan mendapat nilai keuangan atau akan mendapat nilai keuangan dari unit (ekonomi); dan
- 2) biaya bisa diukur secara akurat.

Tanah serta bangunan merupakan kekayaan yang bisa berdiri sendiri dan dihitung sendiri-sendiri, sekalipun tanah dan bangunan itu didapatkan pada waktu yang berbarengan. Aktiva tetap diperhitungkan jika Aktiva tetap tersebut dimiliki oleh badan hukum dengan harga mendapatkan. Pengeluaran untuk mendapatkan Aktiva tetap meliputi nilai mendapatkan aktiva dan pengeluaran yang timbul otomatis dari pemindahan Aktiva ke tempat dan keadaan yang diharapkan sehingga Aktiva tersebut dapat untuk dipakai.

Perbisnisan menilai semua Aktiva tetap, pengecualian tanah khusus pengakuan pertama sebesar biaya mendapatkan yang dikurangkan atas akumulasi penurunan. Pembetulan nilai dasar Aktiva tetap dicatat sebagai biaya dalam kinerja operasional pada waktu terjadinya. Satuan (ekonomi) tidak menjelaskan penurunan tanah serta gedung yang didapatkan untuk tujuan kenaikan nilai atau kenaikan nilai atau keduanya.

B. Penurunan

Penurunan dicatat dalam kinerja operasional. Penurunan aktiva tetap bisa dilakukan dengan memakaicara linier atau menurun dan tidak memakainilai sisa (residual value). Penurunan Aktiva

tetap diperhitungkan pada saat Aktiva tersebut tersedia, contohnya Aktiva tersebut ada di tempat yang keadaan dibutuhkan agar bisa berposisi baik harapan pimpinan. ketika penurunan berhenti Aktiva dihapus dari neraca. Penurunan tidak ditangguhkan saat Aktiva tidak dipakai atau saat Aktiva dihapus dari pemakaian aktif, kecuali Aktiva tersebut dihapus seluruhnya. Umur ekonomis Aktiva ditentukan berdasarkan taksiran umur ekonomis perusahaan (ekonomi).

Perbisnisan mengeluarkan Aktiva tetap dari neraca, jika:

- 1) Aktiva tetap dijual atau ditukarkan; atau
- 2) jika tidak ada nilai keuangan yang diharapkan dari pemakaian atau pengalihan Aktiva tetap.

Perusahaan (ekonomi) membukukan laba rugi yang didapatkan dari akhir pengakuan Aktiva tetap dari neracadengan kinerja operasional , jika Aktiva tetap:

- 1) jual; dimana nilai berasal dari rupiah yang didapat dengan mengurangkan nilai pokok aktiva tetap yang dimasukkan penghasilan lainnya (bila laba) ataupun biaya serba - serbi (bila tidak menguntungkan);
- 2) dialihkan untuk orang ketiga; tercermin dalam nilai buku aktiva tetap pada biaya lain-lain; atau
- 3) musnah; sehingga tercermin dalam nilai buku Aktiva tetap pada biaya lain-lain. Aktiva tetap dicatat sebagai Aktiva di neraca.

BAB 7

AKTIVA DAN KEWAJIBAN

A. Pengertian Aktiva dan kewajiban

Kebijakan untuk mengakui, menilai, pengakuan dihentikan, dan penyusunan Aktiva dan kewajiban atas finansial dijelaskan di bab ini. Aktiva merupakan semua Aktiva yang berupa:

- 1) uang;
- 2) instrumen modal lainnya dari perusahaan (ekonomi); dan
- 3) hak atas kontrak aktual mendapatkan uang ataupun Aktiva lainnya di perusahaan (ekonomi) lainnya. Hutang merupakan setiap hutang kontraktual untuk transfer uang atau Aktiva keuangan lainnya ke perusahaan (ekonomi) lain.

Aktiva dan kewajiban dalam bagian ini yang mencakup, contohnya:

- 1) tagihan dan kewajiban;
- 2) dana kredit yang didapatkan atau diberikan ;
- 3) instrumen hutang pada investasi (contohnya surat hutang komersial); dan
- 4) instrumen modal pada investasi (contohnya andil perbisnisan publik).

Pada kelompok ini tidak diberlakukan untuk:

- 1) Aktiva dan kewajiban berkaitan dengan hasil imbal kerja;
- 2) Aktiva dan hutang pajak penghasilan.

B. Accounting dan Penilaian

Perusahaan (Ekonomi) mencatat Aktiva dan kewajiban keuangan hanya jika perusahaan tersebut salah satu yang menjadi pihak pada kondisi kontrak tual dari Aktiva juga kewajiban tersebut. Aktiva dan kewajiban dinilai sebesar harga perolehan. Harga perolehan Aktiva dan kewajiban dinilai sebesar nilai pembelian.

Contohnya di harga Aktivitas untuk Aktiva dan kewajiban keuangan merupakan sebagai berikut:

- 1) Dalam hal pinjaman, harga Aktivitas merupakan jumlah pinjaman.
- 2) Harga pembelian klaim atau hutang merupakan jumlah tagihan.
- 3) Dalam hal investasi berbasis saham dan utang, pertimbangan yang diberikan merupakan harga Aktivitas (contohnya uang untuk yang dibayarkan pembelian saham investasi perbisnisan umum).

Aktivitas nilai merupakan nilai yang berkaitan dengan perolehan Aktiva dan kewajiban keuangan langsung. Nilai Aktivitas dimiliki untuk biaya yang berdampak pada laba. Contohnya, unit (ekonomi) mendapat pinjaman dari pihak kreditur, dan untuk syarat mendapat sebagai pinjaman, biaya lain-lain dibiayakan oleh bank.

(Ekonomi) unit melaporkan Aktivitas pengeluaran pada nilai kredit bagian biaya pada laba rugi. Diakhir waktu pada peinformasi, perbisnisan mengevaluasi Aktiva dan kewajiban keuangannya dengan nilai sebagai berikut:

- 1) harga Aktivitas
- 2) dikurangi pembayaran pokok pinjaman dan pembayaran bunga atau penghasilansampai dengan tanggal tersebut.

Pada akhir waktu peinformasi, perusahaan (ekonomi) tidak menjelaskan penurunan nilai Aktiva keuangan. Namun, badan yang di bawah pengawasan lembaga jasa keuangan bisa mendaftarkan pemberian pinjaman sesuai dengan peraturan lembaga tersebut.

(Ekonomi) perusahaan berhenti mencatat Aktiva keuangan dalam neraca hanya jika:

- 1) hak kontraktual terhadap perputaran kas Aktiva keuangan selesai;
- 2) jika nilai ekonomis tidak ada yang merugikan harapan dari kepemilikan ataupun pengalihan Aktiva keuangan. Perbisnisan menghapus hutang keuangan (ataupun dari bagian hutang) dari neraca hanya waktu hutang selesai, yaitu hutang yang ditentukan ketika pada perjanjian dipenuhi, batal tidak lanjut atau selesai. Perusahaan (ekonomi) menjelaskan laba atau rugi yang didapatkan dari akhir pengakuan Aktiva dan hutang keuangan di neraca, yang memengaruhi laba ketika rekening terkait dihapus dari neraca.

Aktiva dan hutang apabila masing-masing dihapus maka penyajian nilai bersihnya dalam neraca apabila dan hanya jika perbisnisan:

- 1) mempunyai kekuatan hukum dimana hak yang saling hapus terhadap nilai yang tercatat;
- 2) bermaksud membayar jumlah bersih bersamaan ataupun melikuidasi properti diikuti membayar hutang. Perbisnisan menyajikan Aktiva keuangan di neraca pada kelompok aktif dan hutang keuangan pada kelompok pasif di neraca.



PERSEDIAAN DAN AKTIVA TIDAK BERWUJUD

A. Pengertian Persediaan

Bagian ini menyajikan prinsip-prinsip untuk mengidentifikasi, mengukur dan melaporkan persediaan. Persediaan merupakan barang dagangan: (a) untuk dijual dalam aktivitas bisnis biasa; b) untuk penjualan selanjutnya dalam proses hasil barang; atau (c) dalam wujud bahan atau pwaktulatan yang dimaksudkan untuk dipakai dalam pembuatan atau penyediaan jasa.

B. Penilaian Persediaan

Unit (Ekonomi) mencatat persediaan pada harga perolehan. Harga perolehan untuk persediaan barang terdiri atas harga beli, biaya pemrosesan, dan biaya lainnya yang dikeluarkan hingga persediaan dimasukkan ke kondisi dan lokasi siap pakai. Cara untuk mengukur biaya pada persediaan, seperti cara biaya dasar atau cara ecwaktun, bisa dipakai demi kemudahan bila hasilnya merupakan perkiraan biaya. Perbisnisan bisa memakai rumus masuk pertama, keluar pertama (First In First Out) ataupun rumus biaya average untuk perhitungan nilai untuk inventory. Inventory dicatat sebagai Aktiva di neraca. Ketika persediaan dijual, jumlah tercatatnya dimiliki sebagai biaya dalam waktu Accountingsaat persediaan dimiliki.

C. Pengertian Aktiva tidak berwujud

Bagian ini mengatur perlakuan Accountingterhadap Aktiva tidak berwujud yang didapatkan secara terpisah, kecuali diadakan dijual kembali untuk Aktiva yang tidak berujud ini dalam operasional bisnis (bagian Penghasilan dan biaya). Aktiva tidak berwujud merupakan Aktiva yang bisa dijabarkan dan tidak mempunyai fisik. Suatu Aktiva bisa diidentifikasi apabila:

- 1) bisa dipisah kan dari perusahaan (ekonomi), contohnya: bisa di jual, di alihkan, di lisensikan, di sewakan atau ditukar;
- 2) berasal wewenang kontrak aktual dari ataupun wewenang legal lainnya, apakah terlepas dari wewenang tersebut bisa dipisahkan atau peralihan dari perusahaan (ekonomi).

D. Mengakui dan Menilai Aktiva Tidak Berwujud

Perusahaan (Ekonomi) wajib mendaftarkan Aktiva tidak berujud yang didapatkan dengan terpisah apabila:

- 1) pastikan dimana Perusahaan (Ekonomi) tersebut akan mendapat kelabaan finansial sebagai imbalan terhadap Aktiva tersebut; dan
- 2) biaya perolehan barang bisa ditentukan secara akurat. Nilai perbisnisan secara terpisah memperoleh Aktiva tidak berwujud dengan biaya sebagai biaya dibayar di muka. Biaya perolehan Aktiva tidak berwujud mencakup harga perolehan dan biaya yang terkait langsung dengan pemakaian Aktiva tersebut sesuai dengan tujuannya. Aktiva tetap tidak berwujud yang dihasilkan dari barang yang dimiliki saat dipembuatannya.

Contohnya biaya dicatat sebagai Aktiva tidak berwujud merupakan:

- 1) biaya penelitian serta mengembangkan;
- 2) biaya brand dagang, gambar, judul promosi, konsumen yang dibuat daftar secara intern, dan hak mirip lainnya;
- 3) kegiatan pertama (pengeluaran pertama), bagian pengeluaran legal dan rahasia sehubungan dengan pemwujudan badan hukum, pengeluaran yang timbul dari pembukaan bisnis atau fasilitas baru, atau pengeluaran yang timbul dari mengawali kegiatan atau memulai bisnis. Hasil barang atau proses baru;

Perbisnisan menilai Aktiva tak berwujud atau tidak terlihat fisik dengan mengurangkan nilai perolehan dengan akumulasi penurunan. Unit (ekonomi) tidak menjelaskan penurunan nilai Aktiva tidak berwujud. Aktiva yang tidak tampak fisik dianggap memiliki umur yang terbatas. Waktu nilai Aktiva yang tidak berwujud ditimbulkan wewenang kontraktual ataupun dari wewenang hukum lainnya tidak melampaui waktu berlaku wewenang kontraktual ataupun wewenang pada hukum itu, bisa pendek tetapi lebih tergantung pada berapa lama perusahaan (ekonomi) berharap untuk memakai Aktiva.

Apabila wewenang kontraktual ataupun hak bertempo waktu tetap bisa diperbarui, waktu nilai ekonomis Aktiva tidak berwujud wajib mencakup waktu perpanjangan hanya jika terbukti dimana perusahaan akan memperbaruinya tidak biaya yang signifikan. Aktiva tidak berwujud secara sistematis sepanjang umur ekonomisnya. Penurunan setiap waktu dimiliki dengan pengaruhnya terhadap laba. Penurunan Aktiva tersebut dimulai pada saat siap dipakai, pada waktu yaitu Aktiva berwujud dalam kondisi dan tempat yang bisa dipakai sesuai dengan keinginan manajemen.

Penurunan selesai ketika Aktiva dihapus dari neraca. Amortisasi Aktiva tetap tak berwujud bisa dilakukan sebagai amortisasi garis lurus atau memakai cara saldo menurun dan tidak memakai nilai sisa (residual value). Perbisnisan menghapus Aktiva tidak berwujud dari neraca jika:

- 1) perlengkapan tidak berwujud dilepaskan; atau
- 2) jika tidak ada nilai keuangan yang diharapkan dari pemakaian atau pelepasan Aktiva tetap tersebut. Aktiva tak berwujud dicatat sebagai Aktiva di neraca.

BAB 9

KEWAJIBAN DAN MODAL

A. Pengertian Kewajiban dan Modal

Bagian ini mengatur akuntansi, penilaian dan penyusunan kewajiban, tetapi tidak mencakup imbalan pasca kerja yang terutang tempo dua belas bulan atau setahun. Di bagian ini membahas prinsip dasar penyusunan modal saham dan pengakuan serta penilaian.

B. Penilaian dan Pengakuan

(Ekonomi) perusahaan diimplementasikan syarat pengakuan yang dijelaskan di seksi 2.23 ketika menentukan pengakuan kewajiban. Hutang dimiliki sebesar jumlah jatuh tempo. Perusahaan (ekonomi) tidak mengakui provisi dan kewajiban kontinjensi, tetapi perusahaan (ekonomi) bisa mengakui letak provisi dan kewajiban kontinjensi jika material. Perusahaan (ekonomi) juga tidak boleh mencatat Aktiva kontinjensi sebagai Aktiva. Hutang dikeluarkan atau dihapus dari neracapada saat hutang dibayar tunai atau tunai dan/atau dana non-moneter dibayarkan sebesar jumlah yang terhutang untuk pihak lain.

Modal yang dimasukkan oleh dana tersebut bisa berupa uang tunai atau Aktiva tunai atau non tunai yang didaftarkan sesuai dengan peraturan perkebijakan peraturanan yang berlaku. Dalam hal badan bisnis berwujud perbisnisan saham gabungan, disajikan tambahan modal untuk setiap modal yang melebihi nilai nominal saham. Dalam badan bisnis yang tidak berwujud perbisnisan saham gabungan, penyertaan modal dicatat dan dinilai menurut peraturan perkebijakan peraturanan yang mengatur kegiatan bisnis.

Hutang disajikan di neraca dalam kelompok hutang. Modal saham, modal tambahan, dan akumulasi kelabaan tercermin dalam modal neraca. Laba ditahan merupakan selisih antara akumulasi penghasilan biaya dikurangi laba yang dibagikan untuk pemilik (seperti dividen yang dibagikan). Laba ditahan terjadi ketika akumulasi penghasilan melebihi biaya dan didistribusikan untuk pemilik sepanjang waktu tersebut. Jika laba ditahan lebih kecil dari biaya dan laba pemilik untuk waktu tersebut, perusahaan melaporkan laba ditahan negatif.

BAB 10

PENGHASILAN DAN BIAYA

A. Pencatatan dan Informasi Penghasilan Pengeluaran

Bagian ini mengatur pencatatan, penilaian dan peinformasi penghasilan pengeluaran. Penghasilan dimiliki pada saat hak terhadap pembayaran telah didapatkan atau terjadi, sekarang ataupun di waktu yang akan datang. Unit (Ekonomi) melaporkan penghasilan nilai keuangan yang didapatkan atau didapatkan dalam jumlah bruto. Perbisnisan memotong dari penghasilan nilai yang merupakan bagian untuk pihak lain, antara lain PPN, pajak PPN atas barang, jasa maupun penjualan. Keterkaitan dengan agen, perusahaan mengakui penghasilannya terhadap fee. Jumlah yang didapatkan terhadap nama kepala sekolah bukanlah penghasilanbersama.

(Ekonomi) perusahaan bisa mendaftarkan penghasilan atas barang terjual ataupun layanan yang diberikan, jika layanan dan barang adalah unsur dijual atau dibutuhkan untuk pelanggan.

- 1) Jika pembayaran dilakukan pembeli sebelum tersedia barang ataupun jasa, perusahaan (ekonomi) mencatat pemasukan tersebut sebagai kewajiban, yaitu sebagai penghasilan yang belum diperoleh.
- 2) Jika belum dibayar oleh pembeli pada saat diserahkan barang ataupun jasa, perusahaan (ekonomi) mendaftarkan Aktiva, yaitu tagihan terhadap pembeli.

(Ekonomi) perusahaan melaporkan penghasilan kontraktual dan biaya terkait dengan perjanjian konstruksi sebagai penghasilan dan biaya masing-masing sebesar piutang. Dalam hal perusahaan mendapat uang muka sebelum dimulainya kegiatan kontraktual, perusahaan diimplementasikan ketentuan klausul 14.4 klausul a. Perbisnisan bisa mencatat penghasilan bunga dan dividen saat telah didapatkan sepanjang waktu peinformasi. Perusahaan (bisnis) bisa mencatat penghasilan lain, seperti penghasilan hasil sewa dan biaya lisensi, sebagai penurunan langsung sepanjang tempo waktu kontrak. Perusahaan (ekonomi) bisa mengakui penghasilan lain, seperti penghasilkitari penjualan Aktiva, jika kepemilikan Aktiva tersebut telah dialihkan untuk pemilik baru. Laba diperoleh dari penjualan dikurangi nilai buku Aktiva sebelum Aktiva dijual.

B. Penghasilan Hibah

Subsidi merupakan bantuan yang didapatkan masyarakat dalam wujud transfer sumber kemampuan. Subsidi dianggap sebagai subsidi dari negara atau perusahaan lain atau subsidi yang

diberikan untuk perusahaan yang bukan pemilik. Pemasukan subsidi tercermin dalam perhitungan laba rugi ketika subsidi didapatkan dalam jumlah nominal.

Subsidi, bagian permodalan yang ditargetkan untuk Aktiva non-moneter seperti tanah atau sumber kemampuan lainnya, didaftarkan hanya jika terdapat kepastian yang cukup dimana:

1) perusahaan (ekonomi) memenuhi persyaratan yang terkait dengan permodalan yang ditargetkan; dan

2) piutang didapatkan. Jika karyawan memperbolehkan jasa untuk unit (ekonomi) sepanjang waktu peinformasi, unit (ekonomi) mencatat biaya yang timbul. Imbalan dari kerja besarnya nilai tidak didiskonto maka diharapkan akan dibayarkan untuk bagian kompensasi terhadap jasa yang diberikan.

Pembagian Imbalan kerja antara lain:

1) jangka pendek, yaitu imbalan kerja yang dilakukan oleh pekerja dalam jangka waktu maksimal dua belas bulan dan wajib dibayar penuh selama jangka tersebut.

2) Imbalan terkait PHK maka untuk pembayarannya diperhitungkan dibayarkan karena keadaan berikut: a) manajemen memutuskan memberhentikan karyawan sebelum memasuki usia pensiun normal; ataupun b) karyawan memutuskan untuk mendapat tawaran dengan sukarela untuk meninggalkan pekerjaan atas bayaran yang ditentukan;

(c) lainnya untuk imbalan kerja, adalah imbalan kerja yang tidak dibayar penuh dalam waktu 12 bulan setelah pemutusan hubungan kerja. Sewa dimiliki sebagai biaya sewa dengan angsuran yang sama sepanjang waktu sewa. Semua biaya utang dimiliki sebagai biaya yang berdampak pada keuntungan pada waktu keuangan saat terjadinya.

Dalam hal penghasilan dan pengeluaran tidak bisa diukur secara akurat, penghasilan dimiliki pada saat uang didapatkan sesuai dengan ketentuan pasal 14.4 butir a, dan biaya dimiliki pada saat uang dibayarkan. Penghasilan disajikan sebagai kelompok penghasilakuratam kinerja operasional. Perusahaan (ekonomi) menyajikan penghasilan keuangan bagian target atas laba rugi, baikpun untuk terpisah atau pada rekening biasanya, contohnya "penghasilan lainnya"; atau merupakan alternatif yang mengurangi biaya bersangkutan. Biaya dilaporkan dalam kinerja operasional sebagai kelompok biaya.

BAB 11

PAJAK DAN AKTIVITAS MATA UANG ASING

A. Pajak

Perusahaan mengakui Aktiva dan kewajiban pajak atas penghasilan dimana mengikuti aturan pajak yang berlaku sesuai dengan Undang – undang pajak. Menurut perusahaan Aktiva dan kewajiban pajak yang ditangguhkan tidak diakui.

B. Aktivitas Mata Uang Selain Rupiah

Aktivitas mata uang selain rupiah merupakan Aktivitas yang harus dilakukan dengan penyelesaian menggunakan dalam mata uang selain rupiah sesuai negara asing meliputi Aktivitas perusahaan:

- 1) pembelian ataupun penjualan atas jasa maupun barang yang nilainya diselesaikan dalam mata uang non rupiah;
- 2) meminjamkan ataupun meminjam modal terhadap sejumlah kewajiban atau tagihan yang diselesaikan dengan pembayaran uang asing;
- 3) mendapatkan ataupun melepaskan Aktiva, atau kewajiban yang dibayarkan dengan mata uang asing

Aktivitas Perusahaan yang terjadi dicatat pada mata uang asing dan juga memakai mata uang Rupiah pada tanggal Aktivitas berdasarkan kurs saat ini. Aktivitas Tanggal pertama kali memenuhi syarat sesuai pengakuan dengan Standar Akuntansi pada EMKM merupakan Tanggal Aktivitas. Perusahaan yang untuk pertama kalinya diimplementasikan Standar Akuntansi Keuangan EMKM, dengan menyusun informasi keuangannya dengan sesuai Standar Akuntansi Keuangan dalam EMKM dengan ketentuan yang diikuti dalam hal ini. Informasi pertama dalam keuangan harus sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan dalam lingkup usaha kecil dan menengah merupakan informasi terkait keuangan yang pertama di mana perusahaan secara eksplisit pernyataan dibuat dan tidak terkecuali

terhadap kepatuhan mengenai ED Standar Akuntansi Keuangan dalam catatan terhadap informasi keuangan khusus EMKM.

Informasi dibuat yang pertama dalam keuangan dengan Standar Akuntansi Keuangan EMKM yang sesuai, sebagai contoh, jika perusahaan:

- 1) belum menyusun ataupun tidak menyusun informasi keuangan pada waktu sebelumnya;
- 2) dengan memakai Standar Akuntansi Keuangan lain membuat informasi keuangan waktu sebelumnya sehingga berakibat dengan Standar Akuntansi Keuangan EMKM tidak konsisten. Alenia 3.9 menjelaskan definisi informasi keuangan perusahaan. Sedangkan alenia 3.10 menjelaskan agar perusahaan menata, dalam informasi keuangan dengan lengkap, dan informasi pembanding waktu seluruhnya untuk jumlah sebelumnya yang disajikan dalam informasi keuangan tersebut. Tanggal peralihan perusahaan menuju Standar Akuntansi Keuangan EMKM merupakan pertama waktu pertama perusahaan menata informasi pembanding secara full sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan EMKM didalam informasi keuangannya, pengecualaian untuk perusahaan yang belum pernah atau tidak membuat informasi keuangannya.

secara retrospektif Perusahaan diimplementasikan Standar Akuntansi Keuangan EMKM, jika tidak praktis, maka secara prospektif perusahaan diperbolehkan untuk diimplementasikan Standar Akuntansi Keuangan EMKM. Maka Jika perusahaan diimplementasikan secara prospektif dan sebelumnya sudah membuat informasi keuangan, perusahaan:

- 1) semua Aktiva dan kewajiban diakui yang pengakuannya ditentukan oleh Standar Akuntansi Keuangan EMKM;
- 2) tidak menggunakan rekening rekening sebagai Aktiva atau kewajiban apabila Standar Akuntansi Keuangan EMKM tidak memperbolehkan penggunaan akun tersebut;
- 3) merekelompokkan rekening-rekening dalam Aktiva, kewajiban, ataupun bagian modal berdasarkan peinformasi agar sesuai dengan Aktiva, kewajiban, ataupun bagian modal berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan EMKM sebelumnya;
- 4) diimplementasikan Standar Akuntansi Keuangan EMKM dalam penilaian seluruh Aktiva dan kewajiban yang dimiliki. Kebijakan Accounting yang dipakai oleh perusahaan pada saldo pertama informasi keadaan keuangannya berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan EMKM ini mungkin lain dari yang dipakai di tanggal sama dengan dasar konsep yang peinformasi keuangan sebelumnya. Hasil yang muncul dari penyesuaian Aktivitas, kejadian, ataupun kondisi yang berbeda sebelum tanggal efektif Standar Akuntansi Keuangan EMKM dimiliki pada laba secara langsung pada tanggal penentuan Standar Akuntansi Keuangan EMKM.

BAB 12

PENGOLAHAN TRANSAKSI USAHA KECIL DAN USAHA MENENGAH

Wajar jika sebagai pengbisnis Kita pasti menginginkan modal Kita kembali bahkan Kita ingin perbisnisan Kita berkembang dengan baik. Akibatnya, Usaha Kecil Dan Usaha Menengah mempertimbangkan kelabaan dalam semua kegiatan mereka untuk mengembangkan bisnis dalam persaingan market. Setelah menbisa laba sesuai dengan tujuannya, pengbisnis bisa memakailaba tersebut:

- a) untuk membayar utang-utangnya;
- b) pengembalian modal;
- c) pengurangan penghasilanmodal berisiko;
- d) perluasan bisnis, seperti pembukaan kantor baru atau diversifikasi hasil barang.

Profitabilitas bisnis juga menjelaskankemampuan/hasil pengbisnis dalam mengelola kegiatan bisnisnya. Karena laba menjelaskankinerja, hal itu meningkatkan kepercayaan pihak lain seperti kreditur investor dan pajak.

Sebagian faktor yang mungkin menjadi penyebab Usaha Kecil Dan Usaha Menengah tidak menyusun informasi keuangan yang baik yaitu:

- a. Pemikiran mengenai informasi keuangan masih keliru, Sebagian Usaha Kecil Dan Usaha Menengah dimana informasi keuangan merupakan mengenai jumlah uang. Oleh karena itu, para pedagang dimana jika mereka bisa mengatur nilai uang yang keluar dan masuk, mereka dikatakan telah menyimpan rekeningnya dengan baik
- b. Pengetahuan Accounting dan manajemen keuangan. Usaha Kecil Dan Usaha Menengah cenderung lebih fokus pada bisnis bisa bertahan di persaingan yang semakin tinggi. Banyak Usaha Kecil Dan Usaha Menengah tidak mempunyai pemahaman mengenai manajemen keuangan, bahkan dengan pendidikan formal.
- c. Tenaga dan waktu terberhadap. Sebagai bisnis kecil, tidak jarang pemiliknya melakukan semua kegiatan. Ini bwakturti dimana pedagang tidak bisa membuang waktu untuk

Accounting dan manajemen keuangan yang tepat. Usaha Kecil Dan Usaha Menengah tidak mempunyai karyawan yang khusus menangani kegiatan keuangan. hal ini dikarenakan usaha usaha kecil dan menengah ingin mempunyai karyawan yang bisa mengelola bisnis secara keseluruhan. selain itu, usaha usaha kecil dan menengah tidak mempunyai cukup uang untuk mempekerjakan staf keuangan.

- d. Usaha Usaha Kecil Dan Menengah masih mencampurkan Aktiva pribadi pemilik dengan Aktiva perbisnisan.
- e. Penetapan laba merupakan sisa uang.

Usaha Kecil Dan Usaha Menengah mempunyai berbagai waktulah manajemen, sehingga dampak yang terkait dengan ini merupakan antara lain:

- a. Sulit bagi kelompok kecil dan usaha menengah untuk meningkatkan bisnisnya dengan baik sebab tidak adanya konsep unit bisnis yang jelas yang memisahkan kepentingan bisnis dengan kepentingan pribadi.
- b. Tidak bisa direncanakan lebih baik.
- c. Keuntungan setiap musim tidak bisa ditentukan secara pasti.
- d. Masalah untuk bisakan modal bantuan atau bantuan keuangan karena tidak mempunyai informasi keuangan.

Solusi Tantangan Di Indonesia sector ekonomi Yang Terus Berubah Adalah Usaha level Kecil maupun di level Menengah Namun, Sekarang Banyak Usaha Kecil Dan Usaha Menengah yang Kesulitan Menbisakan Kredit Karena Sistem Pembukuan Yang Tidak Jelas. Oleh Karena Itu, Usaha Usaha Kecil Dan Menengah wajib Membenahi Sistem pencatatannya. Praktik Accounting Yang Baik Dan Pemakaian Informasi Accounting Yang Pas Akan Sangat Bernilai Bagi Perkembangan Usaha Usaha Kecil Dan Menengah.

Dengan sistem keuangan yang baik, maka usaha kecil dan usaha menengah berprospek menbisakan dana tambahan dari investor atau perbisnisan yang telah menjadi induk asuh. Pemberi pinjaman memakai informasi posisi finansial untuk membuat kebijakan berkaitan dengan pinjaman. Informasi finansial akan memperjelas kemampuan perbisnisan untuk mengembalikan dana yang dipinjam. Dimana pemberi dana pinjaman pastinya akan menganalisa pengajuan pinjaman ini terlebih dahulu sehubungan dengan properti yang dimilikinya.

Manajemen keuangan merupakan bagian penting dari kesuksesan perbisnisan. Manajemen keuangan bisa dikelola dengan rekening. Accounting merupakan proses yang terkoordinasi secara bertahap dan hasilnya informasi posisi keuangan bisa dipakai dalam membuat keputusan tentu untuk pemakainya. usaha kecil dan menengah terus memakai uang sebagai alat tukar, usaha kecil dan menengah Sepanjang akan membutuhkan accounting. Accounting menawarkan banyak nilai bagi usaha ukuran kecil menengah, antara lain:

1. Usaha kecil dan menengah bisa melihat hasil keuangan perbisnisan
2. Usaha kecil dan menengah bisa menjelaskan, memilah dan memisahkan aktiva perbisnisan dan aktiva pemilik
3. Usaha kecil dan menengah bisa mengetahui lokasi, dan tujuan permodalan
4. Usaha kecil dan menengah bisa membuat anggaran yang sesuai

5. bisa untuk menghitung pajak
6. bisa mengetahui perputaran kas untuk waktu tertentu.

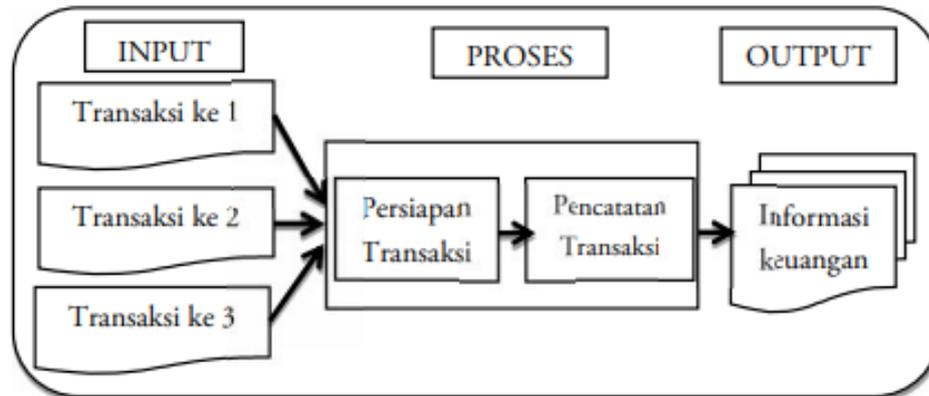
A. NILAI ACCOUNTING

Kieson et all. (2014) menjelaskan bahwa Accounting sebagai sistem dengan input, data serta output berupa informasi keuangan. Namun, Martani (2015) menjelaskan Accounting dalam empat perspektif, yaitu sebagai berikut.

1. Seperti input (masukan), Accounting merupakan Aktivitas keuangan dalam suatu perbisnisan. Oleh karena itu, setiap Aktivitas wajib disertai dengan bukti.
2. Suatu proses, yaitu urutan kegiatan yang menyusun peristiwa menjadi informasi. Kegiatan pengelolaan keuangan dimulai dengan pemasukan sertifikat Aktivitas. Berdasarkan bukti kejadian tersebut, wajib dicatat dalam jurnal untuk menyelesaikan tahap kelompok. Setelah kelompok, informasi tersebut disusun menjadi informasi keuangan. Dalam kaitannya dengan usaha usaha kecil dan menengah, dasar accounting bisnis lingkup, kecil, dan menengah tidak mengatur sebagai syarat dalam pembuatan akun. itu dibutuhkan untuk waktu perbisnisan sesuai dengan kemampuannya. Namun, aturan dan konsep Accounting wajib dipertimbangkan.
3. Keluaran Accounting berupa informasi keuangan berupa informasi keuangan. Dalam hal penyusunan dan publikasi perhitungan tahunan wajib disusun sesuai dengan dasar accounting yang berlaku dalam accounting usaha usaha kecil dan menengah, maka bisa dipakai dasar accounting lingkup, kecil, dan menengah atau standar ini dengan pemberlakuan sak ini, bisnis lingkup pun diasumsikan mampu melakukan aktivitas keuangan dengan benar dan menyajikan seluruh imbal hasil dalam informasi finansial.
4. Pemakai informasi keuangan, adalah mereka yang memakai informasi untuk mengambil keputusan keuangan. Pemakai informasi ini adalah pihak yang ada di perusahaan, seperti manajemen dan karyawan. Pemakai eksternal merupakan investor, kreditur, debitur, negara, pemasok, dan lembaga pendidikan. Investor dan kreditur merupakan pihak yang paling membutuhkan informasi keuangan.

Accounting memainkan tugas yang sangat penting. Accounting memperbolehkan informasi mengenai perkembangan ekonomi waktu tersebut. Berdasarkan data kinerja ini, semua pemangku kepentingan bisa memakai informasi ini untuk mengambil keputusan. Menurut Martin (2015), Accounting bukan hanya mengenai bisnis bisnis. Dalam perkembangannya, Accounting juga dibutuhkan untuk perusahaan lain seperti yayasan, instansi pemerintah, lembaga swakemampuan masyarakat, dll.

Dalam pengertian yang lebih sempit, Accounting sebagai proses, posisi atau praktik bisa diartikan sebagai proses mengidentifikasi, memvalidasi, mengukur, mengidentifikasi, menjelaskan, menggabungkan, menggabungkan, dan memakai data keuangan dasar yang didapatkan dari peristiwa (bahan pekerjaan rekeningtansi), Aktivitas - Aktivitas atau posisi kegiatan dalam organisasi suatu unit dengan metode tertentu dalam membuat hasil yang sesuai bagi mereka yang yang berkaitan (Suwardjono, 2013)



Gambar siklus proses akuntansi

Melihat nilai rekening, usaha usaha kecil dan menengah wajib menyadari dimana accounting penting untuk bisnis mereka. Pemakaian accounting bisa mendukung perkembangan usaha usaha kecil dan menengah terutama dalam hal permodalan. Pertumbuhan laba juga bisa direncanakan dengan memakai rekeningtransi. Dengan kinerja yang semakin meningkat perkembangan usaha kecil dan usaha menengah maka baik, sehingga usaha kecil dan usaha menengah merupakan solusi permasalahan ekonomi di Indonesia. Umumnya usaha kecil dan usaha menengah yang belum memakai accounting untuk mendukung bisnisnya. Praktik accounting yang baik merupakan cara yang praktis dan efisien untuk mengelola keuangan di perbisnisan bisnis, bagian usaha ukuran kecil menengah. Pada dasarnya, accounting merupakan suatu sistem yang mengolah aktivitas menjadi informasi keuangan.

Accounting mengizinkan usaha usaha kecil dan menengah untuk memperoleh berbagai informasi keuangan yang relevan dengan kegiatan bisnis mereka. Berikut merupakan informasi keuangan yang bisa didapatkan usaha usaha kecil dan menengah jika melakukan pembukuan dengan mengikuti standar yang ada, yaitu:

1. laporan Bisnis: Akuntansi menyiapkan kinerja operasi (operasional performance) yang menjelaskan kemampuan USAHA KECIL DAN MENENGAH untuk menghasilkan laba. Informasi penting ini sangat dibutuhkan hal ini UMKM terkadang memakai informasi kinerja cara dalam mengukur hasil kinerja. Ketika laporan menunjukkan di mana merugi atau melemah dibandingkan musim sebelumnya, perusahaan menganalisis alasan kerugian atau hasil yang lemah. Sebaliknya, jika informasi kinerja menunjukkan di mana USAHA KECIL DAN MENENGAH menghasilkan keuntungan atau meningkatkan keuntungan mereka selama musim lalu, maka manajemen dapat memutuskan perusahaan akan dipertahankan dengan menerapkan atau bisnis dikembangkan untuk meningkatkan keuntungan.

2. Akuntansi untuk Laporan Pajak: departemen akuntansi menyiapkan informasi kinerja yang disiapkan oleh, USAHA KECIL DAN MENENGAH dapat secara material untuk menghitung kewajiban atas pajak sesuai masa pelaporan serta mengajukan pengembalian atau restitusi.

3. gambaran tentang situasi keuangan corporate: penyusunan laporan neraca oleh Departemen accounting yang memberikan penggambaran mengenai dana (disebut aset) yang digunakan dan yang diterima dari hutang dan modal. karena Informasi ini sangat penting memberikan situasi jelas finansial perusahaan pada suatu waktu. Informasi yang ada menunjukkan keuangan yang tampak di neraca memungkinkan internal dan eksternal untuk menentukan bahwa dana yang ada pada investor terutama berupa utang atau modal. dengan struktur Perusahaan atas kewajiban yang tinggi berisiko tinggi pula karena perusahaanpun akan menanggung tambahan dari pinjaman berupa bunga sebagai biaya tetap.

4. perubahan kinerja ekuitas: di dalam Akuntansi menyiapkan laporan terhadap perubahan ekuitas menjelaskan bertambah dan berkurangnya sumber modal, khususnya modal. Pedagang memerlukan laporan ini untuk mendapatkan penjelasan evolusi ekuitas yang diinvestasikan dalam bisnis. Keuntungan yang besar tidak selalu menjelaskan keberhasilan perusahaan, ketika ternyata penarikan dana pemilik melebihi akumulasi keuntungan.

5. Informasi Moneter dan Pembayaran: Akuntansi menghasilkan informasi transaksi moneter (tunai) yang menggambarkan akuisisi dan penggunaan modal sebagai uang. Manajemen aset bisnis biasanya berkaitan erat dengan kesuksesan entitas; dimana makin baik cash management maka makin besar pula keberhasilan entitas demikian sebaliknya.

6. tentang rencana aktivitas: Accounting membuat hasil pernyataan penganggaran yang dimana aktivitas bisnis tergambar yang terencana untuk titik dari periode ke periode dan modal yang diperlukan atau dinaikkan.

7. jumlah biaya: dalam hal ini Akuntansi memberikan penjelasan tentang berbagai cost yang telah digunakan dan penjelasan lain yang berkaitan dengan cost ini. Misalnya, akuntansi akan menunjukkan perubahan cost yang harus dibayar harian, mingguan, bulanan, dll oleh perusahaan.

Berbagai hasil barang Accounting

- Buku Harian,
- Buku Harian,
- Buku Besar,
- Informasi Keuangan,

Untuk USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH nilai buku harian yang dipakai antara lain:

- memperbolehkan informasi berupa kumpulan Aktivitas Aktivitas yang dilakukan dengan memakai Bahasa yang mudah untuk dipahami
- memperbolehkan referensi ke dokumen terkait voucher kegiatan; dan
- Transmisi informasi keuangan dan, jika perlu, perhitungan/penetapan nilai keuangan Aktivitas

Kelengkapan pembuatan jurnal untuk USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH:

- Penyusunan ringkasan Aktivitas untuk waktu tertentu (harian/mingguan);
- memperbolehkan informasi nilai total Aktivitas dalam rupiah;
- memperbolehkan informasi Aktivitas secara kronologis dan

- memperbolehkan informasi macam Aktivitas tertentu, terutama jika USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH memakaiprotokol khusus.

Form Jurnal :

Jurnal Umum
Periode XXXX

Hal :

Tanggal		Nama rekening dan penjelasan	No Rekening	Debit	Kredit

Terbisa 5 langkah yang dilaksanakan sepanjang proses pencatatan dilakukan:

1. Mengidentifikasi Aktivitas yang terjadi dari sumber dokumen (bukti Aktivitas).
2. Menentukan rekening apa yang terkait dari Aktivitas dan menentukan rekening tersebut bagian macam rekening aktiva, hutang, ataupun modal.
3. Perubahan masing-masing rekening yang terjadi pada sebagai akibat dari Aktivitas, apakah mengalami kenaikan atau penurunan.
4. Menentukan keadaan rekening pada saat akan dicatat, menempati debit atau kredit
5. Pencatatan keadaan yang menempati Debit dicatat terlebih dahulu

Contoh :

Tanggal 1 Januari tahun XXXX Dibeli sebuah kendaraan secara kredit senilai Rp 13.000.000

Analisa :

1. Bukti transaksi berupa : faktur pembelian (nota)
2. Rekening yang terkait : kendaraan dan hutang usaha
3. Perubahan yang terjadi : Kendaraan bertambah senilai Rp 13.000.000 dan hutang juga mengalami penambahan senilai Rp 13.000.000
4. Posisi rekening dalam jurnal : Kendaraan menempati posisi Debit dan Hutang Usaha menempati Kredit

Maka pencatatan ke dalam jurnal sebagai berikut:

Tanggal		Nama rekening dan penjelasan	No Rekening	Debit	Kredit
Januari	XXX	Kendaraan	1110	13.000.000	-
		Hutang	2110	-	13.000.000

Nilai buku besar bagi usaha usaha kecil dan menengah, antara lain:

- Memberikan informasi saldo untuk masing-masing rekening.
- Memberikan informasi dimana tiap kelompok berubah dan perubahan ini bisa perubahan bertambah maupun perubahan berkurang terhadap masing-masing rekening (menyesuaikan macam rekening),

- Memberikan informasi yang lengkap mengenai data konsumen, rekan entitas, atau macam stok barang (khususnya rekening kendali), dimana rekening ini ada di buku besar utama yang juga memiliki buku besar bantu).

Bentuk buku besar ada beberapa :

1. Bentuk T

Nama rekening		No Rek: _____	
DEBIT		KREDIT	
Contoh:			
Kas		No Rek: 111	
1/1	12.000.000	2/1	500.000
5/1	3.000.000	Saldo 31/1	14.500.000
	15.000.000		15.000.000

2. Bentuk Lajur Lengkap

Nama Rekening				No. Rek: <u>.....</u>			
Tanggal	Keterangan	Ref	jumlah	Tanggal	Keterangan	Ref	Jumlah
Jumlah Debit				Jumlah Kredit			

Contoh:

Kas				No. Rek:111			
Tanggal	Keterangan	Ref	jumlah	Tanggal	Keterangan	Ref	Jumlah
1/1	Investasi	Ju.1	12.000.000	2/1	Pemb. Perlengkapan	Ju.1	500.000
5/1	Penerimaan jasa	Ju.1	3.000.000	31/1	Saldo		14.500.000
Jumlah Debit			15.000.000	Jumlah Kredit			15.000.000

3. Bentuk Saldo Tunggal

Nama Rekening				No. Rek:.....		
Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo

Contoh :

Kas				No. Rek:111		
Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
1/1	Investasi	Ju.1	12.000.000	-	D	12.000.000
2/1	Pemb. Perlengkapan	Ju.1	-	500.000	D	11.500.000
5/1	Penerimaan jasa	Ju.1	3.000.000	-	D	14.500.000
			15.000.000	500.000		

4. Bentuk Saldo Rangkap

Nama Rekening					No. Rek:.....	
Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	Saldo	
					Debit	Kredit

Contoh:

Kas					No. Rek:111	
Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	Saldo	
					Debit	Kredit
1/1	Investasi	Ju.1	12.000.000	-	12.000.000	-
2/1	Pemb. Perlengkapan	Ju.1	-	500.000	11.500.000	-
5/1	Penerimaan jasa	Ju.1	3.000.000	-	14.500.000	-

Dasar Pencatatan

- Dasar Tunai
 Dalam sistem ini Aktivitas keuangan dilakukan atau dicatat pada saat Aktivitas berkaitan langsung dengan uang artinya yang bersangkutan telah menyelesaikan pembayaran secara tunai
- Dasar Akrual

Sedangkan sistem ini transaksi akan dibukukan terkait dengan Aktivitas dilakukan disaat Aktivitas terjadi oleh pihak tersebut, apakah Aktivitas tersebut sudah selesai dibayarkan ataupun belum dibayarkan

Penggolongan nama akun

1. Nama akun riil adalah Rekening-rekening kebutuhan untuk penyusunan neraca
2. Akun – akun non riil merupakan akun-akun yang dibutuhkan untuk penyusunan kinerja operasional .

Pengertian Rekening

- *Rekening (the account)* merupakan alat dasar bagi Accounting untuk menampung mutasi angka tiap akun dari peristiwa yang berkaitan dengan (aktiva, utang, modal) dimana ada dua bagian sisi yaitu sisi bagian debit dan sisi bagian kredit.
- kumpulan dari account ini disebut dengan buku besar (ledger) yang berisi ringkasan dari transaksi keuangan perusahaan yang telah dimasukkan pertama kali di dalam buku jurnal.

Prinsip Pencatatan berpasangan (*double entry bookkeeping*)

- Mencatat suatu Aktivitas secara gkita baik dari sisi kiri maupun kanan, sehingga tidak mungkin terjadi suatu transaksi dicatat hanya pada satu sisi, dengan tujuan agar rekeningtangan bisa dengan mudah untuk mengetahui adanya kekeliruan pencatatan.

Buku Khusus Pembantu

Transaksi perusahaan yang memiliki pelanggan atau pihak lain dalam jumlah yang besar dan agar memudahkan dalam mengontrol bertambah dan berkurang dengan lebih detail maka perlu digunakan buku bantu yang akan mendokumentasi lebih lengkap. Maka Buku bantu atau pembantu bisa merupakan buku besar yang dipakai untuk membukukan rekening rekening rinci dan juga perubahannya. Oleh karenanya rekening ini berposisi rekening pengendali sedangkan rekening yang berada dalam buku bantu bagian rincian dari rekening buku besar tersebut.



Gambar alur Aktivitas dalam buku pembantu

Kebutuhan buku bantu menyesuaikan dengan perusahaan misalnya dalam perusahaan dagang dapat digunakan tiga macm buku bantu antara lain buku bantu untuk piutang, buku bantu untuk utang dan buku bantu untuk barang dagang. Jika pada perusahaan manufaktur lebih banyak lagi digunakan misalnya buku bantu hutang, buku bantu piutang, buku bantu bahan baku, buku bantu barang dalam proses, buku bantu barang jadi.

No	Buku Besar	Buku Pembantu
1.	Piutang Dagang	1. Fa. Merapi 2. UD. Setia 3. PD. Makmur 4. Toko Maju
2.	Utang Dagang	1. Fa. Jujur 2. PD. Sehati 3. Toko Abadi
3.	Persediaan barang	1. Beras 2. Gula 3. Kedelai

Wujud untuk buku bantu bentuknya hampir sama dengan buku besar pada umumnya, ada dua bentuk buku bantu dimana bisa dibuat seperti berikut:

1. Buku pembantu bentuk skontro

Nama :

Alamat : (.....)

Tgl	Keterangan	Ref	Debit (Rp)	Tgl	Keterangan	Ref	Kredit (Rp)

2. Buku pembantu bentuk staffel

Nama :

Alamat : (.....)

Tgl	Keterangan	Ref	Debit (Rp)	Kredit (Rp)	Saldo (Rp)

Cara penggunaan buku besar bantu

Untuk pencatatan bisa dilakukan secara langsung pada saat transaksi selesai dilakukan dengan bukti transaksi yang ada.

Contoh: Aktivitas penjualan PD. HATISAMA sepanjang bulan Juli tahun 2000:

Tanggal	Transaksi
Juli 5	Penjualan barang dagang secara kredit untuk Tn. Sabar Bandung dengan harga Rp 1.400.000,00. Faktur Nomor 010.
Juli 7	Penjualan barang dagang Rp 1.170.000,00 untuk Toko Tiya secara kredit. Faktur Nomor 011.
Juli 8	penjualan dengan kredit barang dagang untuk Toko Sehati Medan seharga Rp 2.100.000,00. Faktur Nomor 012.
Juli 12	penjualan barang dagang dengan harga Rp 1.000.000,00 untuk Tn. Ryan Bkitar Lampung dengan kredit. Faktur Nomor 013.
Juli 16	penjualan barang dagang secara kredit untuk Tn. Sabar Bandung seharga Rp 2.000.000,00. Faktur Nomor 014.
Juli 18	Di kembalikan barang dagang yang dijual tanggal 16 Juli lalu seharga Rp 400.000,00 karena tidak sesuai dengan pesanan Nota kredit Nomor 004.
Juli 22	penjualan barang dagang seharga Rp 1.100.000,00 untuk Tn. Ryan Bkitar Lampung secara kredit. Faktur Nomor 015.
Juli 28	Diterima pelunasan faktur penjualan Nomor 014 tanggal 16 yang lalu dari Tn. Sabar Bandung Bukti Kas masuk 047.
Juli 29	Diterima pembayaran piutang dagang dari Toko Tiya sejumlah Rp 470.000,00 Bukti Kas masuk 048

BUKU BESAR PEMBANTU PIUTANG DAGANG

Nama : Tn. Sabar

Alamat : Jl. Merapi 22 Bandung

(01)

Tgl	Keterangan	Ref	Debit (Rp)	Kredit (Rp)	Saldo Debit (Rp)
Jul 5		FJ10	1.400.000		1.400.000
16		FJ14	2.000.000		3.400.000
18		NK04		400.000	3.000.000
28		KM47		1.600.000	1.400.000

Nama : Toko Tiya
 Alamat : Jl. Kaswari 17 Tangerang

(02)

Tgl	Keterangan	Ref	Debit (Rp)	Kredit (Rp)	Saldo Debit (Rp)
Jul 7 29		FJ11 KM48	1.170.000	470.000	1.170.000 700.000

Nama : Toko Sehati
 Alamat : Jl. Cendrawasih 12 Medan

(04)

Tgl	Keterangan	Ref	Debit (Rp)	Kredit (Rp)	Saldo Debit (Rp)
Jul 8		FJ12	2.100.000		2.100.000

Nama : Tn. Ryan
 Alamat : Jl. Menara Baru 234 Bandar Lampung

(05)

Tgl	Keterangan	Ref	Debit (Rp)	Kredit (Rp)	Saldo Debit (Rp)
Jul12 22		FJ13 FJ15	1.000.000 1.100.000		1.000.000 2.100.000

JURNAL KHUSUS

1. Jurnal Khusus Pemasukan Kas → JKM

Dipakai untuk mencatat adanya pemasukan kas yang bwaktusal dari :

- Aktivitas penjualan barang/jasa secara tunai
- Pembayaran-pembayaran hutang pelanggan
- Penjualan-penghasilanlain-lain

Tgl	Keterangan	Jurnal Pemasukan Kas					
		Debit		Kredit			
		1.1 Kas	4.3 Potongan Penjualan	1.2 Piutang Dagang	4.1 Penghasilan Penjualan	No. Rek	Lain – Lain

CONTOH :

- Tanggal 1 : Diinvestasikan sejumlah uang ke dalam bisnis berupa uang tunai Rp 10 juta
- Tanggal 2 : penjualan secara tunai barang dagangan sebesar Rp 3,4 juta dan potongan tunai Rp 100.000
- Tanggal 5 : Didapatkan penghasilanlain-lain sejumlah Rp 500.000

Pencatatan:

Tgl	Keterangan	Jurnal Pemasukan Kas					
		Debit		Kredit			
		1.1 Kas	4.3 Potongan Penjualan	1.2 Piutang Dagang	4.1 Penghasilan Penjualan	No. Rek	Lain – Lain
1	Investasi	10.000.000	-	-	-	3.1 Modal	10.000.000
2	Penjualan brg	3.300.000	100.000	-	3.400.000		-
5	Penghasilanlain-lain	500.000	-	-	-	4.4 PenghasilanLain-lain	500.000
		13.800.000	100.000	-	3.400.000		10.500.000

2. Jurnal Khusus Kas Keluar → JKK

Jurnal ini dipakai untuk membukukan adanya Aktivitas yang berkaitan dengan penggunaan kas yang dari :

- Aktivitas pembelian barang/jasa secara tunai
- Aktivitas pembayaran/pelunasan utang dagang perbisnisan, ataupun dari Aktivitas lainnya yang menimbulkan pengeluaran kas oleh perbisnisan.

Jurnal Pengeluaran			Halaman: Jpk 1				
Tgl	No. Cek	Keterangan	Debit			Kredit	
			2.1 Utang Dagang	No. Rek	Lain-Lain	1.1 Kas	5.1 Pot. Pemb

CONTOH :

Tanggal 4 Dibayar sewa toko sejumlah Rp 600.000

Tanggal 5 Dibayar pembelian perlengkapan sebesar Rp 200.000

Tanggal 8 Dibayar hutang pembelian barang tanggal 3 sejumlah Rp 500.000 tidak potongan

Pencatatan:

Jurnal Pengeluaran			Halaman: Jpk 1				
Tgl	No. Cek	Keterangan	Debit			Kredit	
			2.1 Utang Dagang	No. Rek	Lain-Lain	1.1 Kas	5.1 Pot. Pemb
4		Pembayaran sewa		5.4 By. Sewa	600.000	600.000	
5		Pembelian perlengkapan		1.6 Perlengkapan	200.000	200.000	
8		Pelusanan hutang	500.000			500.000	
			500.000		800.000	1.300.000	

3. Jurnal Khusus pembelian → JPb

Dipakai untuk membukukan adanya Aktivitas barang/jasa yang dibeli secara kredit .

Berikut ini diberikan contoh wujud jurnal khusus yang bernama jurnal pembelian.

Jurnal Pembelian			Halaman: Jpb 1					
Tgl	Keterangan	Termin	Debit			Kredit		
			5.1 Pembelian	No. Rek	Lain-Lain	2.1 Utang Dag	No. Rek	Lain-Lain

Contoh :

Tanggal 3 Pembelian barang dilakukan kredit dengan syarat pembayaran 2/10,n/30 sebesar Rp 1.500.000 dari PT MARTAPURA

Tanggal 4 Dari CV AdiKarya, perusahaan membeli berupa Alat-alat sebesar Rp 500.000 kredit

Tanggal 7 Pembelian barang dari PT MARTAPURA dengan kredit dengan nilai Rp 800.000

Jurnal Pembelian						Halaman: Jpb 1		
Tgl	keterangan	Termin	Debit			Kredit		
			5.1 Pembelian	No. Rek	Lain-Lain	2.1 Utang Dag	No. Rek	Lain-Lain
3	Pembelian barang dagang	2/10,n/30	1.500.000			1.500.000		
4	Pembelian alat-alat			114	Alat-alat		2.2	Hutang lain-lain
7	Pembelian barang dagang		800.000			800.000		

4. Jurnal Khusus penjualan → JPj

Penggunaan jurnal untuk membukukan adanya transaksi secara kredit penjualan barang/jasa. contoh wujud jurnal khusus yang bernama jurnal penjualan.

Jurnal Penjualan				Halaman: Jp 1
Tgl	No. Faktur	Nama Debitur	Termin	1.2 Piutang Dagang (Debit) 4.1 Pendpt. Penj. (Kredit)

Atau :

Jurnal Penjualan						Halaman: Jpj 1		
Tgl	Keterangan	Termin	Debit			Kredit		
			1.2 Piutang Dagang	No. Rek	Lain-Lain	4.1 Penjualan	No. Rek	Lain-Lain

Contoh :

Jurnal Penjualan				Halaman: Jpj 1
Tgl	No. Faktur	Nama Debitur	Termin	1.2 Piutang Dagang (Debit) 4.1 Pendpt. Penj. (Kredit)
5	F.001	TUAN ALIMAN	2/10,N/30	Rp 1.500.000
8	F.002	TUAN SURYA	n/30	Rp 800.000
9	F.003	TOKO MAHARDI	-	Rp 500.000
10	F.004	UD DUA SAUDARA	2/10,n/30	Rp 2.000.000

5. Jurnal umum/jurnal memorial (genwaktul journal/memorial journal)

Jurnal umum/jurnal memorial ini dibuat kalau terbiasa Aktivitas yang **tidak** bisa dicatat kedalam keempat jurnal khusus diterhadap.

Tgl	Perkiraan	No. Rek	Mutasi	
			Debit	Kredit

Contoh :

Tgl	Perkiraan	No. Rek	Mutasi	
			Debit	Kredit
2	Retur penjualan	420	200.000	
	Piutang Dagang	112		200.000
4	Pemakaian Alat-alat	524	300.000	
	Aalat-alat	114		300.000

B. PENENTUAN ACCOUNTING

Langkah pertama adalah memahami aktivitas dan proses akuntansi keuangan berpasangan, selanjutnya Anda perlu memahami persamaan akuntansi dasar. Dalam persamaan akuntansi dasar, Anda hanya menulis berpasangan. Cara termudah untuk melakukannya adalah menghitung penjumlahan dan pengurangan. Mari kita wakili persamaan matematika sebagai berikut:

$$A = B + C$$

Atas dasar persamaan diatas, persamaan dasar akuntansi juga menggunakan metode juga sama. Persamaan akuntansi dasar akan menunjukkan antara aset, kewajiban dan ekuitas seimbang. Aset

adalah aset atau properti yang dimiliki oleh perusahaan/bisnis. Aset dapat berjenis aset lancar yaitu aset yang digunakan untuk operasi sehari-hari seperti kas/tunai, tagihan, persediaan, makanan, dan perlengkapan. Bentuk aset yang lain adalah aset tetap. Dana ini digunakan untuk kegiatan dengan masa manfaat lebih dari setahun.

Contoh kelas aset ini antara lain gedung, tanah usaha, kantor dan kendaraan. Liabilitas adalah hutang yang harus dibayar perusahaan di masa depan. Liabilitas adalah hutang yang harus dibayar untuk membeli barang atau uang yang harus dibayar kepada orang lain. Seperti aset utang, mereka dapat diklasifikasikan menurut jatuh tempo, jadi utang dapat diklasifikasikan sebagai utang lancar dengan durasi satu tahun dan utang jangka panjang jika lebih dari satu tahun.

Ekuitas sering dibandingkan dengan investasi. Ini adalah tinjauan integrasi sejumlah aset/aset oleh seseorang/perusahaan/bisnis dalam proyek perbaikan pekerjaan. Sesuai dengan hubungan diantara aset, kewajiban dan modal, pada tiap kegiatan ekonomik harus mencatat perubahan setiap bagiannya dalam bentuk digital. Persamaan matematika yang digunakan untuk memahami sistem keuangan adalah sebagai berikut:

$$\text{AKTIVA} = \text{KEWAJIBAN} + \text{MODAL} \text{ atau } \text{AKTIVA} = \text{HUTANG} + \text{MODAL}$$

Setiap kali suatu kegiatan terjadi, perubahan terjadi, perubahan dapat terjadi. Ada kalanya hanya aset yang berubah, tetapi utang dan modal tidak berubah. Dalam kasus lain, mungkin ada perubahan pada kedua kelompok, seperti antara aset dan modal, aset dan liabilitas, aset dan liabilitas dan liabilitas, modal dan liabilitas, liabilitas dan aset, dll. Itu tergantung pada operasi yang dilakukan.

Proses pembukuan tiap kegiatan bisnis dalam bentuk akuntansi dasar akan menghasilkan keluaran berupa informasi keuangan. Bisnis kecil dan menengah tidak perlu mengumpulkan informasi keuangan yang rumit. Berdasarkan Laporan Keuangan Dasar Usaha Kecil Menengah dengan SAK-EMKM tahun 2018, UKM dapat dengan mudah melaporkan sesuai dengan kapasitasnya. Namun, laporan keuangan ini memberikan informasi keuangan.

Penyempurnaan laporan keuangan Usaha Kecil bertujuan sebagai berikut:

- a. Neraca ini yang dimasukkan adalah aset kepemilikan Perusahaan pada periode tertentu. Aset dapat berbentuk aset lancar seperti kas tunai, komoditas, dan pendapatan. Aset tetap adalah aset yang dimiliki dan digunakan selama lebih dari satu tahun, bukan kewajiban yang mendukung penyediaan sumber daya ekonomi oleh pemiliknya (modal usaha).

**PERUSAHAAN TN. SURYA
NERACA
PER 31 Desember 1994**

AKTIVA		PASIVA	
Aktiva Lancar		Utang Lancar	
Kas	50.000	Utang Bank	150.000
Surat berharga	100.000	Utang Gaji	5.000
Piutang Usaha	175.000	Utang Pendapatan Sewa	15.000
Persekot Asuransi	60.000		
Jumlah Aktiva Lancar	385.000	Jumlah Utang Lancar	170.000
Aktiva Tidak Lancar		Modal	
Tanah	500.000		1.215.000
Bangunan	300.000		
Kendaraan	200.000		
Jumlah aktiva tidak lancar	1.000.000		
Total Aktiva	1.385.000	Total Pasiva	1.385.000

b. Proses Transaksi Informasi ini menunjukkan informasi tentang aktivitas transaksi bisnis pada saat pelaporan. Dalam hal ini, akuntansi dulunya adalah pekerjaan pemilik. Namun, satu hari gaji per tahun adalah maksimum. Menyederhanakan pengelolaan informasi keuangan. Prosedur operasi menunjukkan sumber pendapatan yaitu penjualan barang/jasa.

Informasi ini juga diperlukan untuk mencerminkan semua pembayaran yang dilakukan pada waktu yang sama. Pendapatan dan pengeluaran kemudian dibandingkan untuk menentukan jumlah keuntungan atau kerugian bisnis

BIOSKOP "PRIMADONA" LAPORAN RUGI-LABA TAHUN 1994			
PENDAPATAN :			
Hasil penjualan Tiket		Rp	50.000.000,00
Hasil pemutaran slide			5.000.000,00
Hasil sewa kantin + tempat kendaraan			500.000,00
		Rp	55.000.000,00
BIAYA:			
Biaya sewa film	Rp		20.000.000,00
Biaya listrik			600.000,00
Biaya telpon			75.000,00
Biaya cetak			100.000,00
Gaji karyawan			5.000.000,00
Biaya pemeliharaan			3.000.000,00
Biaya keamanan			1.200.000,00
Biaya Iklan			7.500.000,00
Macam-macam Biaya			525.000,00
		Rp	38.000.000,00
		Rp	17.500.000,00

c. Catatan atas Laporan Keuangan Catatan ini berisikan informasi rinci tentang bisnis terkait, metode akuntansi yang digunakan dan informasi yang diberikan pada laporan keuangan dan operasi.

NO.	CATATAN
1.	Saldo Kas Karya Baru sampai tanggal 31 Januari sebesar Rp 9.200.000.
2.	Saldo piutang adalah piutang Tuan Andi sebesar Rp 200.000 atas pesanan tanggal 12 Januari 2019.
3.	Bahan makanan yang dibeli dengan nilai Rp 8.000.000 yang terdiri dari minyak, tepung, ayam, bumbu-bumbu, dan jumlah pembelian sudah digunakan Rp 5.600.000.
4.	Persediaan bahan pembungkus yang sudah digunakan Rp 600.000.
5.	Bangunan adalah garasi yang merupakan modal usaha dari pemilik.
6.	Hutang usaha adalah hutang Karya Baru kepada Toko Aman karena membeli bahan pembungkus.
7.	Penjualan usaha selama bulan Januari 2019 adalah seluruh penjualan yang terjadi selama bulan Januari 2019. Jumlah tersebut adalah penjualan tunai dan kredit.
8.	Ekuitas modal usaha yang berasal dari Nona Marti, yang berupa uang tunai dan bangunan garasi, ditambah dengan laba usaha dan pengurangan prive.
9.	Beban listrik dan air adalah listrik dan air yang dibebankan kepada usaha Karya Baru.

Contoh Kasus 1:

Aktivitas bisnis USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAHSUMI KATO pada Bulan Januari 2021 berikut ini:

1 Januari	investasi pertama yaitu (a) uang tunai Rp15.000.000,00 (b) dan bahan baku dalam wujud cherry kopi 125kg senilai Rp1.250.000,00
2 Januari	dibeli mesin grinder seharga Rp5.000.000,00
2 Januari	diberi aluminium foil 20 pack @Rp30.000,00
3 Januari	dibeli bahan baku kopi green bean (GB) 100kg @Rp60.000,00
4 Januari	diproses bahan baku chery kopi sebanyak 125kg menjadi green bean sebanyak 100kg senilai Rp6.000.000
4 Januari	diproses bahan baku green bean 165kg senilai Rp9.900.000,00 menjadi 100kg kopi bubuk senilai Rp17.500.000 dan 50kg kopi roasting senilai Rp6.250.000,00
5 Januari	dibeli perlengkapan bisnis @Rp500.000,00
7 Januari	dijual kopi green bean 20kg @75.000,00 secara tunai
8 Januari	dijual kopi bubuk sebanyak 50kg @175.000,00. Didapatkan tunai Rp5.000.000,00 dan sisanya dibayar pekan depan

10 Januari	dibayar biaya listrik Rp 500.000, air Rp 400.000 dan telepon Rp 100.000
15 Januari	dijual 20kg kopi roasting @Rp125.000,00 dibayar bulan depan
17 Januari	dibeli bahan baku kopi green bean 50kg @Rp60.000,00
18 Januari	didapatkan pelunasan terhadap kekurangan penjualan kopi bubuk tanggal 8 Januari sebesar Rp3.750.000,00
19 Januari	dibeli sparepart mesin sebesar Rp1.200.000,00
20 Januari	didapatkan dari BPR untuk pengajuan kredit sebesar Rp 10 juta dengan bunga 2% per tahun untuk 2 tahun
23 Januari	dijual 20kg kopi roasting @Rp125.000,00 dan 20kg kopi bubuk @175.000,00 secara tunai
24 Januari	dilakukan maintenance bulanan dan mengeluarkan biaya sebesar Rp100.000,00
28 Januari	dibayar pajak kios penjualan Rp150.000,00 29 Januari didapatkan penghasilan sewa grinder sepanjang bulan Januari sebesar Rp350.000,00
30 Januari	dibayar upah 4 karyawan @800.000,00
31 Januari	diambil modal untuk keperluan pribadi Rp1.200.000,00
31 Januari	biaya angkut beli bahan baku Rp200.000,00 dan transpor penjualan sepanjang 1 bulan sebesar Rp600.000,00
31 Januari	pemakaian perlengkapan sepanjang 1 bulan Rp650.000,00

Pengolahan Aktivitas dalam persamaan dasar:

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	Perlengkapan	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		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		

**USAHA USAHA KECIL DAN
MENENGAHSUMI KATO
KINERJA KEUANGAN**

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

**USAHA USAHA KECIL DAN
MENENGAHSUMI KATO
KINERJA KEUANGAN**

Pendapatan :		
Penjualan <i>green bean</i>	Rp1.500.000,00	
Penjualan kopi <i>roasting</i>	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 (GB+roasting+bubuk)	Rp10.400.000,00	
	- _____	
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 <i>maintenance</i>	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

**USAHA USAHA KECIL DAN
MENENGAHSUMI KATO
KINERJA KEUANGAN**

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

Contoh soal:2

Tuan Faiz membuka bisnis sewa menyewa yang didirikan pada tanggal 1 Januari 200X. berikut ini Aktivitas keuangan yang terjadi sepanjang bulan Januari 200X:

Januari 1	Penanaman modal Tuan Faiz untuk kas tunai nilainya 200.000 dan berupa kendaraan seharga 500.000
Januari 3	Perbisnisan mendapat uang pinjaman dari bank sejumlah 1.000.000
Januari 6	Perbisnisan membayar biaya iklan 25.000 dan biaya supplies 5.000
Januari 10	Perbisnisan memperoleh penghasilansewa sebesar 500.000 Didapatkan uang 200.000 dan berupa piutang wesel 300.000
Januari 15	Dibayar biaya bahan bakar 50.000 dan biaya reparasi kendaraan 10.000
Januari 18	Dibeli tunai tanah seharga 400.000 dan gedung 500.000
Januari 22	Perbisnisan membayar angsuran utang untuk bank 200.000 ditambah bunga 20.000
Januari 27	Perbisnisan membeli surat berharga secara tunai 100.000
Januari 30	Tuan Faiz mengambil uang untuk kebutuhan Tuan Faiz 5.000
Januari 31	Dibayar untuk gaji karyawan Rp 60.000 dan biaya listrik 15.000

Pencatatan Transaksi ke dalam Jurnal Umum :

Tanggal	Nama rekening	No Rek	Debit	Kredit
Jan 200X	1 Kas	111	200.000	
	Kendaraan Modal	121 311	500.000	700.000
	3 Kas	111	1.000.000	
	Utang Bank	221		1.000.000
	6 Biaya Iklan	521	25.000	
	Biaya Suplies	522	5.000	
	Kas	111		30.000
	10 Kas	111	200.000	
	Piutang Wesel	112	300.000	
	Pendapatan Sewa	441		500.000
	15 Biaya bahan bakar	523	50.000	
	Biaya Reparasi kendaraan	524	10.000	
	kas	111		60.000
	18 Tanah	122	400.000	
	Gedung	123	500.000	
	Kas	111		900.000
	22 Utang Bank	221	200.000	
	Biaya Bunga	525	20.000	
	Kas	111		220.000
	27 Surat Berharga	113	100.000	
	Kas	111		100.000
	30 Prive	312	5.000	
	Kas	111		5.000
	31 Biaya Gaji	526	60.000	
	Biaya Listrik	527	15.000	
	Kas	111		75.000
		Jumlah		3.490.000

Pembuatan buku besar masing – masing akun :

Kas		111	
1/1	200.000	6/1	30.000
3/1	1.000.000	15/1	60.000
10/1	200.000	18/1	900.000
		22/1	220.000
		27/1	100.000
		30/1	5.000
		31/1	75.000
		Saldo	10.000
	1.400.000		1.400.000

Piutang Wesel		112	
10/1	300.000	Saldo	300.000

Surat Berharga		113	
27/1	100.000	Saldo	100.000

Kendaraan		121	
1/1	500.000	Saldo	500.000

Tanah		122	
18/1	400.000	Saldo	400.000

Gedung		123	
18/1	500.000	Saldo	500.000

Utang Bank		221	
22/1	200.000	3/1	1.000.000
Saldo	800.000		

<u>Modal</u>		311	
Saldo	700.000	1/1	700.000

<u>Prive</u>		312	
30/1	5.000	Saldo	5.000

<u>Pendapatan Sewa</u>		441	
Saldo	500.000	10/1	500.000

<u>Biaya Bunga</u>		525	
22/1	20.000	Saldo	20.000

<u>Biaya Gaji</u>		526	
31/1	60.000	Saldo	60.000

<u>Biaya Listrik</u>		527	
31/1	15.000	Saldo	15.000

<u>Biaya Iklan</u>		521	
6/1	25.000	Saldo	25.000

<u>Biaya Suplies</u>		522	
6/1	5.000	Saldo	5.000

<u>Biaya Bahan Bakar</u>		523	
15/1	50.000	Saldo	50.000

<u>Biaya Reparasi Kendaraan</u>		524	
15/1	10.000	Saldo	10.000

Hasil Neraca Saldo :

Daftar Neraca Saldo
Per 31 Januari 200X

No Rek	Nama rekening	Debit	Kredit
111	Kas	10.000	
112	Piutang Wesel	300.000	
113	Surat Berharga	100.000	
121	Kendaraan	500.000	
122	Tanah	400.000	
123	Gedung	500.000	
221	Utang Bank		800.000
311	Modal		700.000
312	Prive	5.000	
441	Pendapatan		500.000
521	Biaya Iklan	25.000	
522	Biaya Suplies	5.000	
523	Biaya Bahan Bakar	50.000	
524	Biaya Reparasi kendaraan	10.000	
525	Biaya Bunga	20.000	
526	Biaya Gaji	60.000	
527	Biaya Listrik	15.000	
		2.000.000	2.000.000

CONTOH KASUS 3

Data usaha Jasa Travel “Kencana Indah” , Alamat : Jl. Hayam Wuruk Barat VI No. 2 Semarang, Aktivitas yang terjadi sepanjang Bulan September (2021):

Sep. 1.	Diinvestasikan berupa: Bentuk kas tunai Rp 7.500.000 Perlengkapan Kantor Rp 1.500.000 Kendaraan Rp 50.000.000
Sep. 2.	Didapatkan penghasilan jasa angkutan Rp 5.500.000 dibayar tunai
Sep. 3.	Dibeli peralatan kantor senilai Rp 2.450.000 tetapi baru dibayar Rp 1.500.000 sedangkan sisanya bulan depan dari toko “Makmur” Semarang,
Sep. 7.	Dibayar service kendaraan sebesar Rp 250.000
Sep. 10.	Dibayar berbagai macam biaya sebesar Rp 150.000
Sep. 11	Didapatkan penghasilan angkutan secara kredit dengan nilai Rp 3.000.000
Sep. 14.	Pembayaran untuk rekening listrik besarnya Rp 350.000
Sep. 18.	Dibayar hutang tanggal 3 September sebesar Rp 950.000
Sep. 20.	Dibayar service kendaraan sebesar Rp 125.000
Sep. 21.	Diambil uang Perbisnisan untuk keperluan pribadi dengan jumlah Rp 100.000
Sep. 23.	Pembayaran biaya gaji untuk karyawan sebesar Rp 750.000
Sep. 24.	Didapatkan penghasilkitari tgl 11 September Rp 3.000.000
Sep. 25.	Didapatkan penghasilanjasa Rp 2.800.000 , didapatkan tunai Rp 1.400.000 sisanya kredit
Sep. 26.	Dikirim sebuah faktur No. 0012 untuk Kantor Focus terhadap pemesanan tiket sebesar Rp 350.000
Sep. 27.	Disetor uang ke Perbisnisan sebagai Kas Kecil sebesar Rp 100.000
Sep. 29.	Dibeli peralatan kendaraan sebesar RP 700.000 tunai
Sep. 30.	Didapatkan penghasilan angkutan Rp 1.500.000 per kas

UKM "TRAVEL KENCANA INDAH"				
JURNAL UMUM				
PER 30 SEPTEMBER 2021				
TANGGAL	NAMA PERKIRAAN	NO. REK	DEBIT	KREDIT
S E P T E M B E R	1	KAS TUAN SURYA	Rp 7.500.000,00	
		PERLENGKAPAN KANTOR	Rp 1.500.000,00	
		KENDARAAN	Rp 50.000.000,00	
		MODAL TUAN SURYA		Rp 59.000.000,00
	2	KAS TUAN SURYA	Rp 5.500.000,00	
		PENDAPATAN ANGKUTAN		Rp 5.500.000,00
	3	PERALATAN KANTOR	Rp 2.450.000,00	
		KAS TUAN SURYA		Rp 1.500.000,00
		HUTANG USAHA		Rp 950.000,00
	7	BIAYA SERVICE KENDARAAN	Rp 250.000,00	
		KAS TUAN SURYA		Rp 250.000,00
	10	BIAYA RUPA-RUPA	Rp 150.000,00	
		KAS TUAN SURYA		Rp 150.000,00
	11	PIUTANG USAHA	Rp 3.000.000,00	
	PENDAPATAN ANGKUTAN		Rp 3.000.000,00	
14	BIAYA LISTRIK	Rp 350.000,00		
	KAS TUAN SURYA		Rp 350.000,00	
18	HUTANG USAHA	Rp 950.000,00		
	KAS TUAN SURYA		Rp 950.000,00	
20	BIAYA SERVICE KENDARAAN	Rp 125.000,00		
	KAS TUAN SURYA		Rp 125.000,00	

21	PRIVE		Rp	100.000,00		
	KAS TUAN SURYA				Rp	100.000,00
23	BIAYA GAJI		Rp	750.000,00		
	KAS TUAN SURYA				Rp	750.000,00
24	KAS TUAN SURYA		Rp	3.000.000,00		
	PIUTANG USAHA				Rp	3.000.000,00
25	KAS TUAN SURYA		Rp	1.400.000,00		
	PIUTANG USAHA		Rp	1.400.000,00		
	PENDAPATAN ANGKUTAN				Rp	2.800.000,00
26	PIUTANG USAHA		Rp	350.000,00		
	PENDAPATAN ANGKUTAN				Rp	350.000,00
27	KAS KECIL		Rp	100.000,00		
	KAS TUAN SURYA				Rp	100.000,00
29	PERALATAN KENDARAAN		Rp	700.000,00		
	KAS TUAN SURYA				Rp	700.000,00
30	KAS TUAN SURYA		Rp	1.500.000,00		
	PENDAPATAN ANGKUTAN				Rp	1.500.000,00
			Rp	81.075.000,00	Rp	81.075.000,00

Rekening : Kas Kecil

No : 1111/000

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
27-Sep	Pengisian dari Kas	JU.1	100.000		D	100.000

Rekening : Piutang Usaha

No : 1130/000

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
11-Sep	Pendapatan Jasa	JU.1	3.000.000		D	3.000.000
24-Sep	Pelunasan piutang	JU.1		3.000.000	D	-
25-Sep	Pendapatan Jasa	JU.1	1.400.000		D	1.400.000
26-Sep	Pendapatan Jasa	JU.1	350.000		D	1.750.000

Rekening : Perlengkapan Kantor

No : 1150/000

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
01-Sep	Investasi dari pemilik	JU.1	1.500.000		D	1.500.000

UKM TRAVEL KENCANA INDAH

BUKU BESAR

PERIODE SEPTEMBER 2010

Rekening : Kas Tuan Surya

No : 1110/000

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
01-Sep	Investasi	JU.1	7.500.000		D	7.500.000
02-Sep	Penerimaan Pendapatan	JU.1	5.500.000		D	13.000.000
03-Sep	Pembelian kendaraan	JU.1		1.500.000	D	11.500.000
07-Sep	Pembayaran service kend	JU.1		250.000	D	11.250.000
10-Sep	Pembayaran macam biaya	JU.1		150.000	D	11.100.000
14-Sep	Pembayaran Listrik	JU.1		350.000	D	10.750.000
18-Sep	Pembayaran hut tgl 4	JU.1		950.000	D	9.800.000
20-Sep	Pembayaran service kend	JU.1		125.000	D	9.675.000
21-Sep	Pengambilan Prive	JU.1		100.000	D	9.575.000
23-Sep	Pembayaran gaji	JU.1		750.000	D	8.825.000
24-Sep	Penerimaan Pendpt tgl 11	JU.1	3.000.000		D	11.825.000
25-Sep	Penerimaan pendapatan	JU.1	1.400.000		D	13.225.000
27-Sep	Pembentukan kas kecil	JU.1		100.000	D	13.125.000
29-Sep	Pembelian peralatan	JU.1		700.000	D	12.425.000
30-Sep	Penerimaan pendapatan	JU.1	1.500.000		D	13.925.000

Rekening : Peralatan Kantor

No : 1310/000

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
03-Sep		JU.1	2.450.000		D	2.450.000

Rekening : Peralatan Kendaraan

No : 1311/000

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
29-Sep		JU.1	700.000		D	700.000

Rekening : Kendaraan

No : 1312/000

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
29-Sep		JU.1	50.000.000		D	50.000.000

Rekening : Hutang Usaha

No : 2150/000

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
03-Sep		JU.1		950.000	K	950.000
18-Sep		JU.1	950.000		K	-

Rekening : Modal

No : 3110/000

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
01-Sep		JU.1		59.000.000	K	59.000.000

Rekening : Prive

No : 3110/000

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
21-Sep		JU.1	100.000		D	100.000

Rekening : Pendapatan Angkutan

No : 4110/000

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
02-Sep		JU.1		5.500.000	K	5.500.000
11-Sep		JU.2		3.000.000	K	8.500.000
25-Sep		JU.3		2.800.000	K	11.300.000
26-Sep		JU.4		350.000	K	11.650.000
30-Sep		JU.5		1.500.000	K	13.150.000

Rekening : Biaya Gaji

No : 3110/000

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
23-Sep		JU.1	750.000		D	750.000

Rekening : Biaya Service Kendaraan

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
07-Sep		JU.1	250.000		D	250.000
20-Sep		JU.1	125.000		D	375.000

Rekening : Biaya Rupa-Rupa

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
10-Sep		JU.1	150.000		D	150.000

Rekening : Biaya Listrik

Tanggal	Keterangan	Ref	Debit	Kredit	D/K	Saldo
14-Sep		JU.1	350.000		D	350.000

UKM TRAVEL KENCANA INDAH
NERACA SALDO / NERACA PERCOBAAN
PERIODE SEPTEMBER 2021

Kode Rek	Rekening	Debit	Kredit
	KasTuan Surya	13.925.000	
	Kas Kecil	100.000	
	Piutang Usaha	1.750.000	
	Perlengkapan Kantor	1.500.000	
	Peralatan Kantor	2.450.000	
	Peralatan Kendaraan	700.000	
	Kendaraan	50.000.000	
	Hutang Usaha		-
	Modal		59.000.000
	Prive	100.000	
	Pendapatan Angkutan		13.150.000
	Biaya Gaji	750.000	
	Biaya Service Kendaraan	375.000	
	Biaya Listrik	350.000	
	Biaya rupa-rupa	150.000	
		72.150.000	72.150.000

UKM TRAVEL KENCANA INDAH
LAPORAN LABA RUGI
PERIODE SEPTEMBER 2021

PENDAPATAN:

Pendapatan Angkutan 13.150.000

BIAYA:

Biaya Gaji 750.000

Biaya Service Kendaraan 375.000

Biaya Listrik 350.000

Biaya rupa-rupa 150.000

TOTAL BIAYA 1.625.000

LABA USAHA SEBELUM PAJAK **11.525.000**

UKM TRAVEL KENCANA INDAH
LAPORAN PERUBAHAN MODAL
PERIODE SEPTEMBER 2021

Modal 1 September 2010		59.000.000	DR NERACA SALDO
Laba Usaha	11.525.000		
Prive	(100.000)		
		<u>11.425.000</u>	
Modal 30 September 2010		<u>70.425.000</u>	

UKM TRAVEL KENCANA INDAH
NERACA
PERIODE SEPTEMBER 2021

AKTIVA

Kas Tuan Surya	13.925.000	
Kas Kecil	100.000	
Piutang Usaha	1.750.000	
Perlengkapan Kantor	1.500.000	
Peralatan Kantor	2.450.000	
Peralatan Kendaraan	700.000	
Kendaraan	<u>50.000.000</u>	
JUMLAH AKTIVA		<u>70.425.000</u>

PASIVA

Hutang Usaha	-	
Modal	<u>70.425.000</u>	
JUMLAH PASIVA		<u>70.425.000</u>

BAB 13

ENTREPRENEURSHIP DAN PENGEMBANGAN USAHA

A. DASAR KEWIRABISNISAN

Hisrih et al., 2008 menemukan bahwa perkembangan kewirausahaan (entrepreneurship) sering terjadi sepanjang tahun, yang menarik untuk dikembangkan yaitu. H. keterampilan kreatif. Kewirausahaan juga bagian bidang ilmu dimana membahas tentang peningkatan serta pembentukan pikiran kreatif serta menanggung akibat adanya keluaran tidak sama dari kegiatan sudah dilakukan untuk menghasilkan karya. Dan istilah kewirausahaan pertama kali dipahami seorang ekonomi dari Negara Prancis yaitu Richard Cantillon pada awal abad ke-18 pada tahun 1, yang menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah "seorang agen yang membeli alat produksi dengan harga tertentu untuk digunakan dalam penjualannya ke termasuk".

Secara etimologik, kata kewirabisnisan berasal dari bahasa perancis yaitu dari kata *entrependre* atau dalam bahasa Inggris "to undertake" yang artinya melakukan atau mengerjakan. Kewirabisnisan dimana seseorang yang membuat usaha baru dengan mengambil dampak risiko dan ketidak pastian untuk bisa memperoleh profit (kelabaan) serta pergerakan sangat cepat dan kesempatan yang diidentifikasi ataupun prospek kemampuan yang bisa dicari dan dibutuhkan digabungkan bisa di kapitalisasikan dengan asal kemampuan tersebut. (Scarborough, Zimmerer, dan Wilson (2009))

Selain itu, arti kata kewirabisnisan termuat dalam INPRES No. 4 Tahun 1995 mengenai germas dan memiliki kemampuan dimana kewirabisnisan merupakan jiwa seseorang, tindakan atau perilaku dan dayaguna untuk mengatasi bisnis ataupun kegiatan yang menuju pada upaya dalam menemukan, membuat, ataupun diimplementasikan bagaimana caranya, system modern dan hasil barang yang baru untuk peningkatan tingkat efisien sebagai upaya memperbolehkan service yang makin baik ataupun memperoleh keuntungan yang semakin meningkat.

Kewirabisnisan mulai dipahami sekitar abad 18 yaitu tahun 1755 oleh Richard Cantillon seorang Irlandia yang bertempat tinggal di Perancis adalah orang pertama yang memakai kata wirausaha. Peter Drucker Selain seorang pakar manajemen juga seorang penulis salah satu bukunya yang berjudul "Innovation and Entrepreneurship" berasal dari Amerika, mengatakan dimana terjadi sebuah pergerakan di waktu ekonomi berdasarkan manajemen menuju ke ekonomi dengan dasar

kewirabisnisan. Contohnya, menyediakan tempat pekerjaan, yang menciptakan lapangan kerja yang sebelumnya, biasanya yang dilakukan oleh perusahaan dengan pengurangan jumlah tenaga karyawan, dan entitas baru dalam lingkup lower maupun middle dimasuki kewirabisnisan stakeholder perusahaan dan pengelola perusahaan untuk tersedianya lapangan pekerjaan yang baru.

Waktu dunia bisnis yang semakin kompetitif, seseorang wirabisnis sangat penting wajib mempunyai kemampuan untuk menangkap prospek bisnis. Lingkungan bisnis dimasa saat ini telah mengeluarkan karya yang luar biasa serta memiliki berinovasi. Kemampuan menilaikan hal yang ditingkatkan berubah suatu prospek bisnis. Tampak halnya perkembangan dilakukan sendiri, entrepreneur sudah membuat beragam macam perkembangan di lingkungan bisnisnya, contoh halnya Teknologi dalam wirausaha, kepemimpinan wirausaha, kewirausahaan sosial, wirausaha kecantikan, dan wirausaha dunia maya

1. Teknologi dalam Wirausaha

Ini adalah wujud asal dalam terminologi technopreneurship, yaitu kata entrepreneurship dan technology. Umumnya kata teknologi dipakai untuk menunjukkan penemuan pengetahuan secara praktis, atau rangka pengetahuan yang dipakai dalam dunia industri sebagai pembuat peralatan, mengolah bahan, dan mengembangkan keahlian untuk memecahkan masalah tersebut. Technopreneurship adalah tahapan penciptaan upaya baru dengan memanfaatkan perangkat dalam keinginan dapat memberikan dasar untuk menyusun strategi dan inovasi yang tepat yang nantinya dapat menjadikan teknologinya ini menjadi bagian dalam pembangunan ekonomi nasional. Contohnya perusahaan yang menggunakan peran IT adalah peralatan yang digunakan untuk membuat susu kedelai

2. Kewirausahaan Sosial

Tujuan wirausaha sosial adalah untuk menambah nilai kesejahteraan orang-orang yang menjadi target layanan mereka. Contoh kewirausahaan sosial adalah pendiri Grameen Bank Mohammad Yunus, pelopor sistem kredit Scope yang ditujukan untuk pengusaha wanita di perusahaan Scope. Dan dia terpilih sebagai Peraih Nobel di tahun 2006 untuk Perdamaian.

Wirabisniswan yang seorang katalisator, merupakan tindakan yang dilakukan orang-orang dimana ide bisa dapat diwujudkan dengan nyata. Wirabisnisman merupakan seseorang dengan mengarahkan serta mengorganisasikan serta pengembangan bisnis baru, memperluas dan memberkembangkan suatu organisasi, untuk menghasilkan barang hasil barang new ataupun new service ditawarkan untuk konsumen yang baru di sebuah market ataupun mulainya masih awal.

McGrath dan MacMillan (2000) mengemukakan bahwa pada umumnya wirabisnis mempunyai pandangan ada lima, yakni:

1. Semangatnya untuk menemukan dan membaca perspektif terbaru tetapi tetap hati-hati dan berupaya untuk mendapatkan cara bagaimana memanfaatkan setiap yang diubah dan kendala dalam berbisnis. Anda memilih untuk memberikan dampak besar pada pembuatan model bisnis baru melalui perolehan pendapatan, kapitalisasi, pelaksanaan operasi, dan kinerja industri secara keseluruhan.

2. disiplin diterapkan oleh mereka dalam mengejar masa depan. Maka umum jika pebisnis selain menyiapkan prospek kecil, tetapi segera bertindak atas prospek tidak teridentifikasi. Merekapun selalu meninjau pemikiran mereka dimana bila perlu menerapkannya.

3. Mereka hanya mencari prospek yang bagus menjauhi memanfaatkan opportunity yang akan membuat lelah mereka dan entitas. Meski sebagian besar pengusaha merupakan pribadi yang beda, mencapai sukses akan pastinya membutuhkan disiplin di sebuah usaha dimana Anda kerjakan.

4. yaitu Mereka mengawasi portofolio perusahaan potensial di berbagai tahap pengembangan di bawah pengawasan yang sangat ketat.

5. Fokus pada implementasi, terutama yang adaptif. Orang tanpa pola pikir kewirausahaan memilih apa yang sudah ada daripada menganalisis ide-ide baru yang mengganggu. Mereka beradaptasi dengan mengubah arah pekerjaan sesuai dengan prospek aktual dan melakukan yang terbaik untuk mewujudkannya.

Macam-macam wirabisnis

Wirabisnis bisa dengan melihat bagaimana asal usul pribadi dalam memwujud tatanan kewirabisnisan. Sebagian macam wirabisnis bisa dilihat sbb:

1. pengusaha muda

Adalah seorang wirausahawan yang gesit, bersemangat, menyukai tantangan, menunjukkan personality selain juga kreatifitas dalam mempunyai ide-ide dan diterjemahkan ke dalam ujud bisnis.

2. pengusaha

Kewirausahaan akan dipraktikkan wanita dalam konteks kesetaraan gender, di mana terdapat beberapa praktik yang mendiskriminasi perempuan dalam berbagai kondisi, bagian dari lingkungan kerja. Kehadiran prospek menjadi pemimpin di eselon tertinggi, ketidakadilan dalam komposisi penggajian, lebih ke subjek untuk pelimpahan peran dan tanggung jawab di bisnis.

3. Pengusaha Kelompok Kecil

Kelompok kecil terdapat dimana – mana di seluruh dunia, yang didasarkan pada kelompok suku-suku maupun ras, kelompok terkecil dibandingkan oleh kelompok etnis dan ras lain di wilayah tertentu. Minoritas sering diperlakukan tidak adil di tempat kerja. Contoh keturunan Afrika, Gipsi, Asia, Hispanik, dll.

4. Imigran Wirausaha

Para pendatang di setiap negara mempunyai karakteristik yang berkaitan dengan usaha antara lain semangat kerja, ketangguhan, dan kemampuan atas apapun yang dihadapi dengan mempersiapkan diri sebaik-baiknya termasuk risiko.

5. Pengusaha Partime

Pengusaha ini memakai kesempatan untuk luangnya di antara kegiatan yang menjalankan bisnis untuk mendapatkan hasil yang lebih.

6. Wiraswasta rumahan

Aktivitas perdagangan ini dilakukan oleh ibu – ibu di dalam keluarga dengan proporsi tinggi, yang tersaingi oleh jenis perdagangan yang lain dimana sebesar 90 proses lebih. bisnis ini, sangat mudah menyesuaikan dari sisi bertahannya pemilik sendiri. Di masa sekarang terjadi di teknologi yang semakin maju juga telekomunikasi telah mengubah rumahan menjadi ruang usaha dengan memanfaatkan ecomers.

7. Usaha family

Bisnis family dijalankan dan dikelola peran bagian keluarga. Kesuksesan yang terdapat nilai keluarga dan prinsip jujur yang dipegang. Bisnis keluarga berjalan baik tentunya dan bisa dipertahankan jika nilai-nilai ini ada pada mereka.

8. Wirasutri

Umum pasangan memulai bisnis dan menjalankannya bersama. Yang membuat suami istri ingin memulai bisnis adalah mereka bisa bekerja sama dan memulai keluarga bersama.

9. Pengusaha korban PHK

Karyawan meninggalkan atau mengundurkan diri dari kantor atau perusahaan. Dihadapkan pada situasi ekonomi yang tidak stabil dan kebutuhan perusahaan untuk melakukan efisiensi agar usahanya tetap berjalan, hal ini menyebabkan terjadinya PHK di berbagai perusahaan.

10. wirausahawan sosial

Wirausahawan ini tentunya adalah pribadi yang punya kepedulian dan memakai keterampilan mereka dalam mengawali bisnis untuk memecahkan masalah sosial di komunitas mereka.

Tipe-tipe Wirabisnis

siapa pun yang mempunyai peran ataupun pekerjaan wirausahawan pada akhirnya perlu mengetahui peluang apa yang ada untuk menjadi wirausahawan rumahan, wirausahawan sosial, atau wirausahawan atau teknopreneur. Perhatikan berikut ini:

1. Pengusaha: adalah seseorang yang dapat memproses sumber daya yang tersedia dijadikan komoditas yang memiliki kualitas menemukan yang menguntungkan sisi sudut pandang yang tidak dilakukan yang lain
2. Inter-enterprise: mampu menghasilkan rencana baru dan mengubahnya menjadi pekerjaan-proyek akan sukses di lokasi kerja
3. Technopreneur adalah kombinasi dari teknologi dan keterampilan kewirausahaan

Seorang wirabisnis memiliki karakteristik dan pemenuhan persyaratan untuk mencapai nilai daya saing perbisnis/perusahaan, diantaranya kode etik, dinamik, hal baru, adaptif, keunikan, integritas, daya guna terkoneksi, mampu dalam menentukan risiko dan terhadap pilihan yang diambil, kemampuan melawan, akan dapat mewujudkan efektifitas perbisnis/organisasi. Menurut David (1998).

Ahli lain mengemukakan delapan karakteristik kewirabisnisan berikut:

1. Keinginan untuk tanggungjawab
2. Preferensi untuk risiko sedang
3. Yakin dan mampu untuk berhasil
4. Keinginan segera mendapatkan kembali.
5. Tenaga besar yang dimiliki.
6. Berorientasi ke jangka panjang.
7. Mengelola keahlian
8. Prioritas keberhasilan kerja dibandingkan money

Tips Praktis dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirabisnisan.

1. Modal dasar bisnis adalah keyakinan akan keuntungan, bukan uang
2. Kita memfokuskan pikiran untuk mengubah cara berpikir.
3. Bersahabat dengan ketidakpastian
4. belajar hal baru dan membuka pikiran
5. Mempersiapkan sebaik mungkin
6. membangun jaringan dan menunjukkan wajah yang baik
7. Mengurangi risiko dengan informasi, dukungan data, juga fungsi teknis

B. PENGEMBANGAN KEWIRABISNISAN

Sebuah bisnis tidak berjalan dimulai tanpa seseorang yang menggerakkannya. Pengembangan UKM adalah kunci untuk mengembangkan orang-orang yang memimpin UKM. Peran usaha kecil dan menengah perlu direformasi. Jika seorang pebisnis memiliki pola pikir yang benar, dia bisa menaikkan level, tentu bisnis yang dia jalankan bisa naik. Dimana orang harus memiliki mindset sukses untuk berkembang dan mengetahui formula sukses.

Tiap pribadi memiliki kepercayaan pada dirinya sendiri. Bisa dijumpai orang begitu percaya bahwa akan menjadi orang yang sukses dan wirausaha yang hebat. Tetapi adapun menganggap bisnisnya hanya itu-itu saja, biasa-biasa saja, dan hanya sedikit pengusaha yang berpendapat demikian. Beberapa bahkan berpikir itu pasti sulit, biarlah. Dalam bukunya *Cash Machine Properties*, Joe Hartanto (2018) dijelaskan bahwa perbedaan seseorang bisa melewati semua dari kegagalan bahwa mereka sama sekali tidak mengubah kegagalan yang terjadi menjadi hambatan. Ubahlah kegagalan menjadi batu loncatan yang memungkinkan kita untuk bangkit lebih tinggi. Kita dapat memahami maksud yang tersirat dimana orang yang sukses memiliki pola pikir yang pasti lain, menyebutnya dengan pola pikir sukses. Ada rumus sukses dan gagal, Adi W Gunawan (2009) mengembangkan

rumus sukses universal dalam bukunya Quantum Life Transformation. Resep sukses dijelaskan sebagai berikut:

Human Factor x God Faktor = Sukses

dimana kesuksesan dicapai ketika kita berusaha atau bekerja dan doa sebagai dukungan apa yang kita lakukan. Faktor ketuhanan dapat dikatakan hal yang penting. Hal ini tentunya merupakan bidang tidak mudah untuk didiskusikan, sang pencipta akan memberikan restu niat kita yang positif, jadi disini faktor manusia harus diperhatikan

Ciri – ciri aktivitas perusahaan mikro dan lingkup kecil. Perusahaan mikro kecil dapat diringkas sebagai berikut:

1. area Bisnis:

Kategori piranti yang bisa berubah dan dapat berubah kapanpun. Tempat tindakan selalu tidak tetap; bisa berubah sewaktu-waktu, bahkan manajemen keuangan yang sederhana sekalipun. Jangan dipisahkan ekonomi keluarga dari ekonomi bisnis. Asal ketrampilan mereka (entrepreneur) kurang sesuai dengan kewirausahaan. Pendidikan yang dijalani rata-rata relatif rendah. Biasanya tidak ada ijin ke layanan perbankan, tetapi beberapa memiliki ijin tempat selain bank. umumnya, Anda tidak punya ijin berusaha maupun syarat hukum untuk NPWP. misalnya: badan usaha perorangan untuk pedagang keliling dan penjual yang berada pada pasar.

2 usaha kecil-kecilan

Biasanya tidak mudah untuk mengubah jenis produk atau memperdagangkan produk. Tempat untuk usahapun biasanya tetap dan hanya disatu tempat. Mereka biasanya berurusan dengan manajemen keuangan, meskipun masih sederhana. Keuangannya entitas terpisah dengan keuangannya dikeluarga. Saya melakukan pertimbangan bisnis. Anda sudah punya ijin dan syarat terkait hukum pelengkap untuk wilayah menentukan identitas pokok pajak. Staf (manajer bisnis) mempunyai sharing dalam bisnis. Beberapa punya ijin pada layanan bank untuk memenuhi kebutuhan modal mereka. mayoritas dari mereka gagal mengikuti praktik manajemen yang baik seperti perencanaan bisnis.

3. Bisnis tingkat middle

Mempunyai pengelola dan tatanan yang lebih baik, dengan membagi peran yang pasti misalnya, bagian accounting, bagian pemasaran dan produksi. Pengelolaan keuangan sudah dilakukan dan diimplementasikan perangkat Accountiing dengan teratur hingga audit sangat mudah dalam menilai ataupun memeriksa oleh bagian bank. Aturan sudah dilakukan ataupun pengolahan serikat buruh. Sudah mempunyai persyaratan legalitas antara lain izin. Punya ijin terhadap keberadaan dana bank. Biasanya sudah telah mempunyai tempat kemampuan sumber daya manusia yang dididik dan dilatih. Antara lain : Bisnis tambang batuan sebagai bahan pembuatan.

4. Bisnis Besar

Bisnis ekonomi hasil barang yang dilakukan oleh badan bisnis dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Bisnis Menengah, yang meliputi bisnis nasional milik negara atau swasta, bisnis patungan, dan bisnis asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia

Atas dasar sisi barang yang didapatkan, USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH juga mempunyai karakteristik tersendiri antara lain:

- nilai dasar. Dimana rata-rata belum mempunyai keahlian teknologi yang mencukupi. Hasil barang yang didapatkan umumnya berujud buatan tangan hingga dasar nilainya beragam.
- Konsep hasil barangnya. Mengacu dengan pengalaman dan pengetahuannya yang terbatas pada hasil barang. Umumnya usaha dalam skala kecil membuat barang atas dasar permintaan tidak banyak waktu untuk membuat dengan model yang lebih baru.
- macam hasil barangnya minim. biasanya usaha usaha kecil dan menengah hanya membuat barang sebagian macam hasil barang. jika konsumen akan pesan dengan bentuk yang baru tentu akan sulit untuk membuatnya dan apabila dipenuhi waktu untuk menyelesaikan tidak bisa cepat.
- Terbatas jumlah juga harganya hasil barangnya. Sulitnya menentukan jumlah hasil barang dan juga nilai barang juga menyulitkan pelanggan.
- Bahan dasar yang masih kurang. Bahan karena didapatkan dari pihak yang tidak sama. kelanjutan hasil barang tidak bisa dijamin dan tidak maksimal. Karenanya hasil barang tidak tertata hingga hasil barang tidak biasa -hasil barang yang didapatkan tidak sesuai.

Tugas Strategis USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH dalam perekonomian Indonesia.

Bisnis USAHA KECIL DAN MENENGAH mempunyai tugas strategis dalam perekonomian Indonesia, Adapun antara lain tugas strategis: posisinya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi diberbagai sektor; Penyedia lapangan kerja yang terbesar; Pemain utama dalam pengembangan kegiatan ekonomi domestik dan pemberkemampuan masyarakat; Pencipta market baru dan sumber inovasi; Sumbangannya dalam menjaga neracapembayaran dengan kegiatan ekspor

Kendala usaha ini bersumber pada kendala internal dan kendala eksternal berikut ini

a. Di lingkungan dalam

- Modalnya kisaran 60-75 prosen USAHA KECIL DAN MENENGAH belum menbisa akses atau permodalan ke lembaga finansial utamanya perbankan. Penyebabnya antara lain, dari sisi wilayah atau daerah. perbankan tidak bisa masuk dan mendekati sampai ke tempat yang lebih ke dalam daerah tersebut. dari sisi administrasi kendalanya, dimana manajemen KECIL DAN MENENGAH pengelolaan masih sederhana dan belum terintegrasi, khususnya mengelola catatan uang. Pemilik belum bisa memilah kebutuhan untuk usaha dan pribadi dengan bisnis.
- Sumber daya Manusia (SDM) pemahaman mengenai teknologi sangat minim hasil barang baru dan bagaimana melakukan pengecekan terhadap hasil barang. Kemampuann membac kebutuhan pasar masih belum akurat, hingga belum dapat melihat dengan cermat apa yang dibutuhkan oleh pasar. Penjualan hasil barang masih mengakuratkan cara yang mudah dalam penjualan dengan langsung berbicara dengan

konsumen. Belum menggunakan sosial media atau online media dalam penjualan. Dilihat dari jumlah, kemampuan untuk bisa membayar gaji hal ini karena jumlah karyawan yang dibutuhkan banyak. Karena pengusaha dalam lingkup ini masih sering melibatkan dalam masalah pelaksanaan, dan sangat kurang dalam mempertimbangkan apa saja yang akan dikerjakan di periode kedepannya dalam rencana yang lama.

- Secara hukum usaha ini masih tunggal secara kepemilikan.
- Belum memiliki sistem pencatatan keuangan dan pengelolaan yang baik.

b. luar

- Musim bisnis belum menguntungkan. Kerjasama antar pelaku umkm masih belum seragam. Pemerintah, lembaga keuangan, lembaga pendidikan dan asosiasi perdagangan semakin bekerja bahu membahu. Proses pemasangan yang belum selesai dan proses perijinan yang lancar, aspek infrastruktur perjanjian lokasi, biaya operasional atau bisnis yang tinggi, kebijakan keuangan perusahaan skala kecil.
- infrastruktur minim terkait hal tempat aktivitas dan infrastruktur, terutama alat-alat teknologi. Usaha kecil dan menengah pada umumnya masih menggunakan teknologi sederhana
- terbatas akses. Ketersediaan bahan pokok yang mana umkm sering memperoleh bahan pokok kurang sesuai. Teknologi, sarana, khususnya ketika market dikendalikan oleh perusahaan yang menguasai. Mereka tidak dapat mengikuti permintaan konsumen yang berubah dengan cepat, terutama untuk usaha kecil dan menengah yang memasuki atau menembus pasar ekspor dan karenanya sering merujuk pada perusahaan yang menggunakan modal sangat besar.

Dengan karakteristik USAHA KECIL DAN MENENGAH, adanya Tugas Strategis USAHA KECIL DAN MENENGAH dalam perekonomian Indonesia yang cukup besar, serta kendala bisnis yang sering dihadapi oleh USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH baik kendala internal ataupun kendala eksternal, membuat suatu konsep pengembangan bisnis USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH yang didisain sebaik mungkin agar bisnis USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH bisa naik kelas ke jenjang yang lebih tinggi dengan harapan semakin meningkatnya USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH maka perekonomian Indonesia juga akan meningkat dan semakin terpengaruh.

Gambaran perusahaan kecil dilihat dari bentuknya :

Berkembang bidang preneur di negara ini menyebabkan munculnya berbagai jenis perusahaan di Indonesia, yang menyebabkan munculnya wujud perusahaan lingkup kecil antara lain ritel, service, satuan, pertanian, pengiriman dan pengolahan. Arah usaha ini dengan munculnya usaha-usaha dengan skala yang tidak besar. Perusahaan-perusahaan itu termasuk.

1. bisnis jasa

Perusahaan jasa terbesar dan paling cepat berkembang di dunia usaha kecil. Layanan tersebut mendatangkan keuntungan bagi pengusaha kecil yang sangat besar kemampuan invoasi yang tinggi. Contohnya memberikan pelatihan, persewaan armada, konsultasi bisnis, persewaan roda dua, iklan,

akomodasi komersial, jasa outsourcing, jasa keamanan dan kebersihan, konsultasi bisnis dan jasa internet.

2. bisnis eceran

Ini adalah bentuk usaha kecil untuk pemilik usaha kecil. Toko ecTimen adalah salah satu perusahaan yang menjual produk olahan langsung ke konsumen. Contoh kasih karunia ilahi

3. Usaha Pengiriman

Perusahaan merupakan salah satunya perusahaan dimana barang dibeli dari pabrikan dan dijual dalam satuan untuk dijual kembali. Contoh disini PT. Indomarco telah menjalankan usaha bidang dalam mengirimkan barang-barang konsumen, dan sekarang mencakup perdagangan satuan.

4. Peternakan / Peternakan

Usaha terlama adalah pertanian. hasilnya pada awalnya untuk mencukupi keperluan pribadi dan keluarga, tetapi selanjutnya berkembang menjadi lebih besar usahanya.

5. Pengolahan untuk usaha ini selalu dikaitkan dengan berbagai industri kreatif seperti seni dan kerajinan, percetakan, dll. Berpengalaman dalam desain grafis. Hasil dari hal-hal yang unik dan menyenangkan namun cerdas dilemparkan dalam bentuk souvenir Yogya alternatif yang mengundang Anda untuk memanjakan diri.

Ruang lingkup, UKM Indonesia telah membuktikan kekuatannya dalam krisis ekonomi masa lalu dan saat ini. Fakta menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah di tingkat perusahaan mampu menghadapi dampak buruk dari kondisi ekonomi global dan nasional dan berkali-kali mengalami krisis. Berdasarkan jumlah karyawannya, perusahaan dapat dibagi menjadi ukuran perusahaan, kecil, sedang dan besar. Industri tersebut keberadaan karyawan antara 5 hingga 20 sampai 50 karyawan, sedangkan perusahaan menengah biasanya memiliki 50-100 karyawan dan perusahaan besar biasanya memiliki lebih dari 100 karyawan.

Berdasarkan penjualan dan aset bisnis diklasifikasikan ke dalam empat kategori yaitu

1. Perusahaan dengan aset sampai dengan Rp. 50 juta menjadi Rp. 200 juta.
2. Skala usaha dengan aset sampai dengan Rp. 200 juta dan omzet tahunan Rp. 200 juta. 1 Milyar
3. Usaha menengah dengan aset mulai dari Rp. 200 juta - Rp. 10 miliar dan omzet tahunan mencapai Rp. 1 miliar menjadi Rp. 10 miliar.
4. Perusahaan Besar/Kolongtimet dengan aset sampai dengan > Rp. 10 miliar dan omzet tahunan lebih dari Rp. 50 miliar

Hal – hal yang berpengaruh atas kegagalan usaha kecil maupun menengah

Empat hal menyebabkan usaha kelompok ini gagal, antara lain:

1. Banyak UKM yang dipimpin oleh pengelola minim berkualitas dan minim pengalaman dalam tugas yang dibebankan.
2. fokus atau perhatian terhadap bisnis itu sendiri sangat kurang.
3. Sistem pengendalian/pemantauan masih lemah. Hal ini menyebabkan pemborosan dan penggunaan berlebihan kemampuan sumber daya.

4. kekurangan modal untuk menjalankan usaha.

Faktor Kesuksesan USAHA KECIL DAN MENENGAH

Faktor keberhasilan untuk perusahaan kecil dan menengah adalah:

1. Karyawan sementara dan karyawan sementara
2. Faktor eksternal mendukung pertumbuhan permintaan barang dan jasa

USAHA KECIL DAN MENENGAH DAN PENGEMBANGANNYA BERSAMA PEMERINTAH OLEH PEMERINTAH

Sesuai dengan keputusan menteri yang bertanggung jawab atas perusahaan milik pemerintah Nomor :PER - 01/MBU/2011, pentingnya pengelolaan yang baik menjelaskan berikut:

Pengelolaan perusahaan yang baik (selanjutnya disebut GCG) adalah asas dan mekanisme yang melandasi terjadinya pengaturan dalam mengelola perusahaan mematuhi aturan dan regulasi bisnis serta etika bisnis. Penguatan standar pengelolaan yang baik pada perusahaan akan bisa mendukung peningkatan perusahaan juga dari sisi penghematan dalam waktu yang lama untuk pihak luar dan punya kaitannya. Misalnya bagaimana tata kelola perusahaan didefinisikan adalah sistem kontrol dan pemantauan internal, sistem pelaporan untuk dugaan pelanggaran, manajemen TI, aturan perilaku etis, dll.

Legislasi. 20/2008 tentang Ruang Lingkup Usaha, UKM mensupport ada pada lembaga pemerintah untuk start mengembangkan aplikasi dukungan dan pelatihan bagi UKM, antara lain aplikasi permodalan barang koperasi dan ruang lingkup usaha Syariah contoh penerapan penguatan permodalan KJK/UJKS. Lembaga pengelola dana dibentuk di Kementerian Koperasi dan UKM juga terdiri dari lembaga luar biasa yaitu. koperasi usaha menengah, melapor langsung kepada Menkop dan UKM menunjuk pengelola keuangan dan permodalan. 30 inkubator Lebih yang dijalankan dibawah universitas serta 8 inkubator kawasan industri telah didirikan di Indonesia, semuanya ada dan bergabung di AIBI atau Asosiasi Inkubator Bisnis Indonesia.

Keberhasilan wadah dalam memfasilitasi suatu usaha pada 3 hal yang satu sama lain berkaitan yaitu: perencanaan lokasi, pemilihan penyewa dan endors, hubungan dengan pihak utama penelitian/pelatihan dan komunitas ahli bisnis, fasilitas rangka, dukungan politik hukum, operasi (kelompok manajemen) mengelompokkan bisnis melalui Penguatan, mendorong nilai pemegang saham, memobilisasi biaya untuk tempat fasilitas serta penyewa, serta memantau hasil kerja (mempengaruhi hasil kerja strategis).

C. PERENCANAAN STRATEGIS

Manajemen memiliki peran yang vital dalam jalannya kegiatan bisnis. Dalam berjalannya bisnis yang berhasil dan berdaya guna, dewan direksi harus berada dalam posisi kepemimpinan. Jabatan pengelola terdapat empat jabatan yaitu: Perencanaan, Organisasi, Penggerak, Kontrol.

Dalam membuat rencana perlu untuk menetapkan yang dituju dan mencari cara untuk dapat menuju ke sasaran. Planning menempati posisi kunci dalam pengelolaan dan meliputi semua yang dikerjakan

oleh pimpinan. Keputusan diambil umumnya adalah menjadi bagian dalam rencana dimana tiap keputusan yang dihasilkan atas dasar tahap penyelesaian tiap rencana. Dan rencana hal penting dimana banyak pekerjaannya dilakukan bersamaan dengan peran manajerial yang lain. Contoh misal tiap pimpinan wajib membentuk plan kerja yang praktis mengelola tenaga manusia. Planning juga rangkaian dilakukan serta sudah dibuat terlebih dahulu. Planning yang baik maka akan dapat menjadi cita-cita dan nilai, garis, serta tujuan perusahaan di tahap awal memakai hasil keputusan yang adalah pokok dari manajemen

Visi secara sederhana dapat diartikan sebagai niat terdalam kita untuk membangun bisnis, sedangkan misi adalah bagaimana kita mewujudkan impian itu. Pihak yang berkomitmen untuk membuat tujuan dan sasaran ini? Apakah tujuan dan sasaran ini dapat dilakukan oleh employee? Apakah tujuan dan sasaran penting? Hal ini pasti banyak yang menanyakan demikian, mungkinkah kita juga? Menurut Tom (2013), pemilik memiliki kewajiban untuk menciptakan visi. Untuk membuat misi dapat ditugaskan kepada manajer umum, dan yang menetapkan tujuan adalah pimpinan. UKM pastinya tidak mempunyai pimpinan terlebih manajer. Hal ini karena biasanya ukm dimiliki oleh pemiliknya pada saat yang bersamaan. Oleh karena itu, dari perspektif usaha kelompok ini, sasaran capaian tujuan dibuat dengan sungguh – sungguh dengan owner. visi juga diartika sebagai rangkaian kalimat dimana tertuju pada mimpi, aspirasi, ataupun nilai-nilai pokok dari suatu lembaga, entitas, atau pemerintah.

Visi adalah tujuan masa depan suatu instansi, organisasi atau perusahaan. Visi juga merupakan pemikiran yang berputar-putar di kepala para pendiri. Pikiran-pikiran ini adalah gambaran masa depan yang ingin Anda capai. Menurut Toufiqurokhman (2016), pernyataan visi yang baik mengungkapkan pelanggan, barang atau jasa, teknologi, pasar, pemikiran tentang kelangsungan hidup (pertumbuhan dan keuntungan), pemikiran tentang karyawan, pemikiran tentang citra publik atau masyarakat, dan bisnis. Misi juga bisa dikatakan sebagai gambaran dari sebuah visi. Jika visi ditulis dalam satu kalimat saja, maka misi dijelaskan dalam beberapa kalimat yang mudah dipahami oleh pembaca atau siapapun yang melihat.

perencanaan strategis

- memandang masa yang akan datang sebagai sesuatu tidak dapat diramalkan
- memandang rencana sebagai tahap yang berkesinambungan
- Harapkan sesuatu yang baru yang beda dan menarik
- Pertimbangkan kemungkinan jadwal kedepan dan menitikberatkan pada strategi yang dikembangkan atas dasar review kondisi di sekitar perusahaan
- Apakah Anda menanyakan usaha yang harus di geluti? Apa sudah benar yang kita lakukan?

Inti dari strategi

1. Strategi adalah perencanaan jangka panjang. Strategi adalah rencana jangka panjang yang merupakan rencana strategis atau mengarahkan bisnis atau perusahaan.
2. Plan yang tepat wajib adalah rencana gen-temporal. Plan yang dibuat adalah plan dengan ide – ide yang secara global dan diberlakukan semua yang ada di perusahaan.
3. Rencana jangka panjang. Dalam rencana ini semua pihak dalam perusahaan harus dilibatkan. terintegrasi dan harus menyatukan pandangan semua bidang perusahaan.

4. Strategi luar. Dalam rencana ini memperhatikan lingkungan luar perusahaan dari sisi stakeholder maupun sekitar perusahaan

Biasanya pengusaha UKM belum memiliki departemen dalam usahanya, sumber daya untuk itu. Bahkan terkadang ada kalanya sang pemilik usaha membeberkan semua pekerjaannya. Jika ya, bagaimana cara membuat rencana strategis? Untuk menjawab pertanyaan ini, tentunya kita harus terlebih dahulu melihat situasi bisnis kita. Yang kita punya dari segi aset, manusia, nilai barang dan lain.

Misalnya, perusahaan kami adalah dealer dan pembuat dupa. Barang yang kami jual dupa tidak menggunakan pewangi, kelebihanannya untuk mata tidak pedih. Kami membatasi dapat menjual 50 paket sampel besar setiap bulan. Penjualan dilakukan di warung kecil yang kami lakukan di depan rumah kami, kebetulan rumah kami ada disekitar ruas jalan. Ini hanya gambaran dari situasi seperti itu.

Rencana yang baik dan tepat atas dasar contoh di atas bisa digambarkan :

1. Konsumen regular naik jumlahnya. pertahun lebih dari 500 konsumen tetap.
2. Peningkatan kualitas barang serta hemat cost
3. Per bulan jumlah barang terjual naik sebanyak 500.
4. Menambah jumlah barang
5. Sudah memiliki setidaknya toko lain dalam satu atau dua tahun.
6. buat pembukuan yang tetap agar bisa mengukur kinerja usaha, hal ini perlu dilakukan jika belum memiliki pencatatan untuk transaksi bisnis
7. selanjutnya. Usaha apa yang akan dibuat dan dijalankan pilih dengan tepat

Competitive advantage

serangkaian item yang membuat beda kelompok satu dengan yang pesaing mereka dan memungkinkan kondisi pasar unik yang membuat keunggulan mereka dari pesaing mereka. Menciptakan persaingan yang unggul yang berkelanjutan memerlukan planning yang tepat untuk bisa meningkatkan keahlian pokok yang utama. Kompetensi pokok ini seperangkat keterampilan unik yang pengembangannya dilakukan perusahaan besar dengan prioritas nilai, layanan, fleksible, cepat dan inovatif.



Skema Dalam reka baru

Skema dalam reka baru dapat dikelompokkan menjadi 4 berikut:

1. Perbedaan Fokus Ketika membedakan barang ataupun jasa menuju market tertentu, contoh mobil jenis Ferrari dan Porsche masuk di pasaran yang spesifik/terfokus, yaitu penyuka mobil lux, “pembalap” arus utama dan sangat sadar nilai, hal – hal yang unik berkaitan dengan model, keakuratan mesin, ruang interior dan lain.
2. Diferensiasi adalah apa yang menghasilkan barang bagi market ini, misalnya kelas pembisnis muda dan suka dengan hal-hal indah, desain yang anggun, kualitas dan lainnya. Misalnya mobil BMW
3. Yang dituju adalah market di level middle yang menghargai spesifikasi mesin dan tidak banyak keinginan hal yang mewah dari mobil contohnya dari, Ford, GenTimel Motors, Toyota
4. Biaya Fokus Menargetkan pasar middle ke bawah yang mengetahui posisi banyaknya mobil. Contohnya Proton, Saga.

Allen (2010) merumuskan beberapa istilah inovasi yaitu:

1. aktivitas (aktivitas) imajinasi untuk membuat barang yang original (asli) dan komersial. (Lembaga Inovasi dan Produktivitas Informasi).
2. Inovasi mengacu pada perhitungan komersial ataupun penggalan nilai dari rencana. Selain itu inovasi adalah segala hal terkait dan berhubungan terhadap barang maupun jasa serta rencana yang dirasa oleh pribadi.

Reka baru barang dan reka baru manajemen bisa dilaksanakan dalam satu entitas. Berkaitan dengan reka baru maka mengusulkan bahwa penciptaan barang dengan nilai tambah (kurva nilai pembelajaran baru) melalui rekonstruksi nilai pembeli dapat dilakukan dalam tahap berikut: Kim & Mauborgne (2005)

1. Hilangkan dimana hal-hal yang dapat ditekan dari barang atau jasa ataupun metode bisa dihilangkan dengan signifikan tanpa pengaruh.

2. Reduce, menyoroti hal-hal dalam barang/jasa/metode dengan pengurangan yang cukup jauh di bawah basis produksi tetapi tidak berdampak tidak baik dimana tidak memenuhi kemauan konsumen.
3. Kenaikan ditekankan pada hal hasil barang/jasa/metode yang perlu dinaikkan supaya lebih dari basis produksi yang telah ada.
4. Pembuatan lebih ditekankan pada hal yang menghasilkan barang/jasa/sistem yang belum pernah ada di industri dan perlu diciptakan.

Menurut Peter F. Druker sebagai pakar manajemen, tujuan utama berbisnis adalah untuk membuat customer. Maka penciptaan customer merupakan penting dari tiap perusahaan, sehingga posisi pokok ini diemban tiap perusahaan yaitu penjualan dan reka baru (Drucker & Maciariello, 2008). Selain reka baru dan sesuatu yang beda juga menjadi keharusan bagi para pengusaha usaha (UKM).

Daya cipta adalah gagasan seseorang berpikir memunculkan rencana-rencana baru. Perspektif baru tentang waktu dan perspektif mengarah pada solusi kreatif. Perkembangan zaman dan perubahan teknologi yang sangat cepat memaksa para pelaku ekonomi untuk terus meningkatkan kualitas usahanya agar dapat tumbuh lebih besar. Jika suatu perusahaan tidak dapat dan tidak mau menyesuaikan diri dengan perubahan jaman maka cepat atau lambat akan terdesak perusahaan lain antar perusahaan.

Pengusaha akan mengevaluasi banyaknya masukan untuk membuat rencana yang lebih berguna untuk jalannya bisnis mereka, termasuk konsumen, produk dan layanan yang tersedia sekarang, saluran pengiriman, kegiatan instansi dan R&D. produk dan layanan yang dibeli dari pengusaha kini harus dipantau dan dievaluasi serta diuji terhadap barang dan jasa yang dibeli dari pesaing.

Seorang entrepreneur berlatih pola berpikirnya menggunakan cara yang berbeda-beda, "think out of the box". Hal - hal berikut dapat ditanyakan saat pemikiran kreatif diterapkan:

1. Menanyakan, "Apakah ada cara yang lebih baik?"
2. Imajinasi tinggi
3. Banyak rencana yang dihasilkan,
4. berlatih mencari jalan keluar yang berbeda untuk masalah
5. Melihat masalah dari sudut pandang yang beda, mis. memperhatikan waktu adalah cara sementara menuju kesuksesan
6. Membiarkan "berbuat salah" bagi siapa saja
7. Melihat terjadinya hal yang salah sebagai hal yang sangat penting

Dalam ilmu ekonomi, setiap keunikan memiliki nilai ekonomi yang tergantung pada sifat keunikan tersebut, dapat diubah menjadi sesuatu yang berharga atau menghasilkan kekayaan. Dengan kata lain, jika kita memiliki bakat melukis yang tinggi, maka kita menjadi pelukis yang akurat, bukan dokter pada umumnya, kita kurang bergerak pada bagian seni lukis.

Hal paling besar yang sering salah dibuat seseorang pada karir mereka yaitu tidak tahu dan tidak mau untuk mengeksplorasi dan paham karakter seseorang, dan tidak berdaya untuk menghadapi kendala kreatif. Dampaknya, pilihan yang mereka ambil kehidupan biasa apa adanya dan dangkal. Lebih

tertarik pada hal sulit sebagai alih-alih mengakui kekuatan mereka sendiri. Sekarang ini kebanyakan tidak memiliki ide-ide dan mereka tidak komplin atas pekerjaan mereka pada bakat mereka. Selain itu mencampuradukkan kondisi yang tidak mendorong kreatif, atau atasan dikambinghitamkan karena tidak adanya ruang dan waktu untuk pribadi sendiri. Alasan apapun itu , orang tanpa ide tetap mengerjakan pekerjaan sama , lebih suka menghindar mengambil resiko. Ingat, membuat cara menghindar adalah buat pihak lain dan bukan digunakan dalam perbaikan diri.

Kendala kreatif diidentifikasi pada kelompok berikut menurut James L. Adams:

Jenis Hambatan	Contoh
Hambatan Persepsi	<ul style="list-style-type: none"> • Pola Pikir stereotip • Membatasi masalah secara berlebihan • Terlalu banyak atau terlalu sedikit informasi
Hambatan Emosi	<ul style="list-style-type: none"> • Takut mengambil resiko • Tidak menyukai ketidakpastian • Lebih suka menilai dari pada menghasilkan gagasan • Tergesa-gesa menyelesaikan masalah
Hambatan Kultural	<ul style="list-style-type: none"> • Kultur menghambat pengakumulasian gagasan
Hambatan Lingkunga	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya dukungan sarana, prasarana kerja
Hambatan Intelektual	<ul style="list-style-type: none"> • Terlalu mangandalkan logila • Enggan menggunakan intuisia • Menggunakan pengalaman atau cara lama yang terbukti efektif hasilnya

Kreativitas penting sebagai modal wirabisnis

Kreativitas merupakan modal yang sangat penting bagi seorang wirausahawan. Sebagai seorang pengusaha, Anda tentu akan berhadapan banyak saingan yang sangat banyak. Karenanya, wirausahawan selalu berupaya dan berusaha mencari cara. Dengan kreatifitas, bisnis kita hanya akan stagnan. Dengan kreativitas, kita mampu berpikir out of the box, mencermati dan mengambil prospek. Tanpa daya kreatif, kewirausahaan pastinya tidak berkembang dan bertahan, dan adaptasi berdampak pada dunia yang pasti akan berubah. Dalam situasi ini, pengusaha harus menghadapi tekanan dan tekanan waktu dengan bijak.

Kreativitas berharga dikarenakan:

1. Pengusaha banyak ide bisa menghasilkan barang yang selalu baru. Kita dapat mengatasi waktu dengan produk baru yang kita kenalkan pada konsumen atau bisa juga dengan memperbaiki pelayanan pada konsumen.
2. Orang kreatif bukan sebagai plagiat, kita adalah yang mimpin. Penguasa market dihormati dan menjadi tolak ukur. Nama produk kami selalu bertahan dan legendaris. Kita dapat di contoh, namun yang mencontoh tidak melakukan apa yang kita lakukan.

3. Keuntungan Penggerak Pertama. Dengan menjadi orang yang kreatif. Kita akan diuntungkan menjadi pionir pertama, dan mereka yang pionir akan selalu memimpin siap selalu dengan rencana baru.
4. Lawan bisnis akan mempersempit laju pengusaha masih ada sisi lain yang sebelumnya open akan ditempati oleh lawan baru. Karenanya kreatif penting. Kreatif bisa juga menemukan upaya atau solusi lain, membuka peluang baru dan membuat produk yang diminati pasar dan diperhatikan.
5. dalam bisnis risiko sudah biasa, tetapi Risiko mengacu kondisi keuangan yang berakibat fatal bagi bisnis, tidak dapat dikelola, dan bisa menghancurkan nama baik dan integritas kita. Hanya orang-orang dengan daya pikir tinggi bisa terhindar kehancuran dan kebangkrutan. Daya pikir tinggi memungkinkan kita melewati fase sulit yang tinggi.
6. dengan daya pikir yang tinggi terhubungnya bagian yang dipisah pisah dan terkurung. Seseorang bisa menyusun sebuah "mosaik" jadi kunci rahasia dapat dimaksudkan pintu rahasia dapat dibuka.

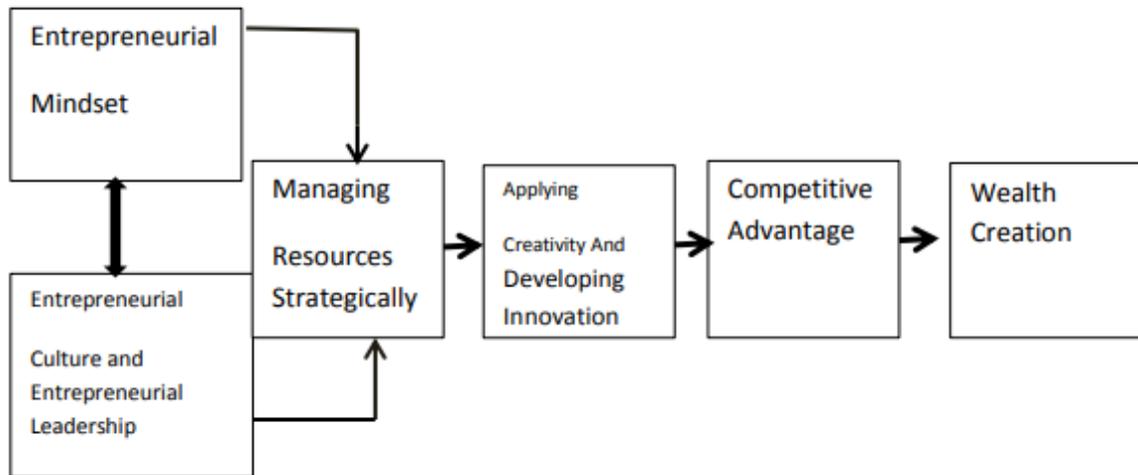
Disadari atau tidak, manusia sejak lahir telah dikaruniai sebuah aset yaitu otak yang nilainya sangat penting dari apapun. Dengan otak tersebut, kita bisa melakukan tindakan yang kita pikirkan terlebih dahulu, mengatur waktu lebih teratur dibandingkan mesin ataupun makhluk lain. Otak kita yang sehat maka kita bisa berpikir cemerlang untuk menghasilkan rencana dan memasuki bisnis dengan gagasan baru. Banyak penelitian menunjukkan bahwa kita jauh lebih kreatif sebagai anak-anak saat diuji sebagai orang dewasa. Pada usia 5 tahun, kebanyakan dari kita memiliki tingkat kreativitas 96,5%. Saat ini kami meminta 5 kali lebih banyak dari usia dewasa. Masuk umur 17, kreatifitas menurun sehingga kekuatannya hampir 90%, dan usia tiga puluh rata-rata kreatif hanya 40%. Menurunnya tingkat kreatif seiring bertambahnya usia disebabkan oleh hubungan antara intensitas eksperimentasi dan keinginan akan rasa aman. Seiring bertambahnya usia, langkah dan keinginan untuk bereksperimen semakin berkurang. Artinya, seiring bertambahnya usia, orang cenderung menghindari risiko dan ingin melakukan sesuatu dengan aman

Sasaran dan Strategi Bisnis Seorang wirausahawan harus dapat mencapai sasaran (goals), sasaran (objectives) yang diharapkan dan direncanakan dalam rencana bisnis. Sasaran bisnis adalah tujuan yang diinginkan dan di planning oleh perusahaan. Visi perusahaan bisa tercapai jika kemampuan perusahaan dalam membuat rencana yang matang atau strategi yang sudah dituangkan di rencana.

Bentuk Strategi Kewirausahaan

untuk entrepreneur dibutuhkan tindakan yang pasti. tindakan sebelumnya ini diambil, perseorangan ataupun perusahaan memakai motivasi dan yang mereka ketahui untuk menginspirasi yakin bahwa ada peluang bagi siapapun. Tahapan ini dari semua ini butuh orang – orang ataupun entitas yang punya pemikiran kewirausahaan.

A model of Strategic Entrepreneurship



Strategi kewirausahaan adalah suatu strategi dimana termuat sejumlah yang diputuskan yang berharga bagian kegiatan suatu kewirausahaan yaitu hal-hal yang baru yang bisa dikatakan data baru

Pola Pikir Kewirausahaan Kewirausahaan erat kaitannya dengan mengambil sikap dan melaksanakan yang telah direncanakan langsung di lokasi. Maka saat bertindak sebelumnya orang menggunakan apa yang diketahui dan yang menjadi pendorong untuk menghadapi yang tidak diketahui dengan mengakui bahwa yakin orang harus punya kesempatan ambil bagian dan berbisnis. Dengan daya guna pikir yang cepat, wirausahawan bisa ambil keputusan dalam situasi apapun.

Mengelola sumber daya secara strategis

Daya kemampuan merupakan semua yang termasuk dikategorikan sebagai strength (kuat) dan weakness (lemah), seperti nama merek, pengetahuan atau teknologi internal, mempekerjakan personel yang berkualitas, kontrak komersial, proses efisiensi, modal, dan sebagainya.

Strategi mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan Sangat penting saat ini keunggulan kompetitif perusahaan dipertahankan agar tetap kompetitif serta berjalan dengan baik. Lawan sangat kuat dan perusahaan harus bisa state karena ketatnya dalam bersaing. Untuk sebuah usaha untuk berada di situasi ini, maka dituntut mampu bertahan dengan kelebihan kompetitifnya. Cara untuk bisa unggul dalam bersaing, yaitu:

1. perbedaan gagasan

Barang yang dihasilkan harus sangat beda sehingga benar – benar sangat beda dengan produk lain saat ditawarkan jadi benar-benar differen. Bisnis tersebut memiliki perbedaan yang unik (yang sulit untuk ditiru), yang membuatnya menonjol dari competitor lain. Contoh misal:

- sebagian besar kampus dalam menerapkan skema penawaran calon mahasiswa yaitu lulus kuliah langsung kerja.
- Penawaran catering untuk diet 13 hari

2. Keuntungan Perusahaan

pengembalian aset bisnis dengan menawarkan sisi lainnya, keterampilan dan karakter kewirausahaan adalah kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif dalam bisnis. Pengusaha yang mampu menerapkan konsep manajemen modern di perusahaannya adalah pengusaha yang unggul. Dan juga wajib punya banyak hubungan bisnis atau organisasi agar bisa memenuhi keperluan bisnisnya. Membangun koneksi dengan orang lain caranya adalah menjadi bagian pada organisasi tersebut misalnya menjadi anggota ataupun pengelola. Jika anda entrepreneur maka harus jadi anggota Kamar Dagang dan Industri Indonesia, atau sudah menjadi anggota Dinkop UKM di kota tersebut, atau bagian anggota Himpunan Pengusaha Muda Indonesia.

3. Loyalitas sdm

Memiliki SDM setia, pekerja keras, memiliki kekuatan juga keterampilan hebat akan mempercepat majunya perusahaan sebab mereka menghasilkan rencana yang hebat. Jika karyawan lemah, perusahaan akan berjuang dan runtuh.

4. Mencari Orang yang Terpercaya Dibutuhkan orang yang jujur, yang bisa dipercaya saat mengembangkan bisnis.

Tahap Perencanaan Fundamental

Perencanaan fundamental adalah tahapan perencanaan yang menyeluruh dan berkelanjutan yang difokuskan pada merumuskan dan menerapkan fundamental yang cepat dan praktis. Perencanaan strategis melibatkan peningkatan serta plan usaha sebagai panduan bisnis sambil berupaya untuk mencapai pandangan, arah, tujuan, sasaran dan bertahan di jalan yang menjadi keinginan.

Perencanaan fundamental juga tahapan lanjut dari :

1. Kembangkan pandangan yang pasti dan terjemahkan jadi tujuan. Pandangan merupakan wujud dari keinginan seorang wirausahawan tentang hal yang diwujudkan dan daya guna untuk menggambarkan keinginan yang orang lain tertarik untuk melihat. Pandangan atau gagasan memungkinkan orientasi, keputusan dan mendorong orang.

2. Mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Setelah pengusaha mengembangkan visi untuk perusahaan mereka dan menerjemahkan visi tersebut menjadi pernyataan misi yang bermakna, mereka dapat mengalihkan perhatian mereka untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Kekuatan adalah faktor internal yang menghasilkan barang yang dihasilkan organisasi untuk mencapai misi, tujuan, dan sasarannya. Kekuatan ini mencakup keterampilan dan pengetahuan, citra publik yang positif, tim penjualan yang berpengalaman, basis pelanggan setia yang mapan, dan faktor lainnya. Kelemahan adalah faktor internal negatif yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, tujuan dan sasarannya.

3. Pengamatan terhadap lingkungan untuk mengidentifikasi prospek dan ancaman bisnis utama. Setelah memeriksa kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, wirausahawan sekarang harus beralih ke lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi prospek dan ancaman yang dapat berdampak

signifikan pada perusahaan. Prospek (peluang) adalah pilihan eksternal positif yang dapat dievaluasi oleh perusahaan untuk mencapai misi, tujuan, dan sasarannya. Ancaman (threats) adalah faktor eksternal negatif yang memengaruhi kemampuan organisasi untuk mencapai misi, tujuan, dan sasarannya.

4. Mengidentifikasi faktor kunci keberhasilan bisnis. Faktor-faktor kunci keberhasilan adalah faktor-faktor yang menentukan kemampuan perusahaan untuk memadamkan persaingan dalam suatu industri.

Banyak keunggulan kompetitif didasarkan pada biaya, misalnya

- a. biaya pemrosesan per unit
- b. biaya pengembangan per unit
- c. pembayaran per unit, misalnya kualitas produk
- d. hubungan yang kuat dengan pemasok
- f. layanan pelanggan yang sangat baik
- g. tenaga kerja yang sangat terampil dan berpengalaman luas
- h. fasilitas penyimpanan
- i. ketersediaan kredit kepada pelanggan

5. Analisis Kompetitif Di dunia saat ini, persaingan yang dihadapi oleh para pengusaha semakin meningkat dengan munculnya World Wide Web dan e-commerce. Hal ini telah memaksa banyak pengusaha untuk merombak total proses bisnis mereka.

6. Menetapkan tujuan dan sasaran perusahaan Tujuan adalah atribut jangka panjang dan luas yang ingin dicapai dari sebuah perusahaan, biasanya bersifat umum dan bahkan abstrak.

Sebagai standar perilaku manajemen, tujuan tidak perlu terlalu spesifik dan umumnya hanya menunjukkan tingkat kinerja yang ingin dicapai. Sasaran adalah target kinerja yang lebih spesifik. Sasaran umumnya berhubungan dengan profitabilitas, hasil produk, pertumbuhan, efisiensi, pasar, sumber daya keuangan, fasilitas fisik, struktur organisasi, kesejahteraan karyawan, dan tanggung jawab sosial.

Tujuan-tujuan ini dicirikan sebagai berikut

- Tujuan spesifik harus dapat diukur dan tepat
- Tujuan tersebut harus dapat diukur Manajer harus dapat melacak kemajuan organisasi dalam mencapai tujuan. Untuk itu, titik acuan yang jelas harus ditetapkan sebagai langkah pertama dan digunakan sebagai tolok ukur kemajuan.
- Dapat didelegasikan Jika wirausahawan tidak dapat mendelegasikan tanggung jawab untuk tujuan kepada orang lain, perusahaan akan kesulitan untuk mencapainya. o Realistis tetapi menantang Tujuan harus dapat dicapai dari perspektif organisasi, jika tidak, motivasi akan hilang.
- Waktu Tujuan harus spesifik, tidak hanya dalam hal apa yang harus dicapai, tetapi juga kapan.
- Tuliskan Menuliskan tujuan tidaklah sulit dan bahkan para manajer perlu menetapkan tujuan yang relatif kecil, sekitar 5 sampai 15.

7. Menggunakan opsi strategi dan memilih strategi yang tepat Langkah ini melibatkan persiapan rencana permainan yang dirancang untuk mencapai tujuan dan sasaran misi yang telah ditetapkan.

Strategi adalah sebuah peta jalan. Untuk mencapai misi, tujuan, dan sasaran perusahaan, wirausahawan mengatur berbagai tindakan yang berbeda.

8. Menerjemahkan strategi ke dalam rencana tindakan Menerapkan strategi membutuhkan proses yang melibatkan keterampilan bisnis dan manajemen yang tepat dan komitmen untuk menerapkannya.

Pengusaha harus dapat memecah rencana menjadi beberapa proyek dan menentukan

- o Tujuan Apa yang ingin kita capai dengan desain proyek ini?
- o Ruang Lingkup Area apa saja dalam perusahaan yang berhubungan dengan proyek ini?
- o Kontribusi Kontribusi apa yang dapat diberikan proyek ini terhadap proyek lain dalam rencana strategis secara keseluruhan?
- o Kebutuhan sumber daya Sumber daya manusia dan keuangan apa saja yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proyek ini dengan sukses?
- o Jadwal untuk memastikan penyelesaian proyek
- o Definisi kontrol yang tepat Banyak organisasi telah mengembangkan kartu skor yang seimbang untuk menilai efektivitas strategi mereka. Ini adalah seperangkat metrik multi-dimensi organisasi yang menggabungkan berbagai metrik keuangan dan operasional untuk memberikan pandangan yang akurat dan komprehensif kepada para manajer tentang kinerja perusahaan secara keseluruhan.

D. PENJUALAN

Menurut Kotler, penjualan didefinisikan sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan sesuatu yang bernilai di pasar. Penjualan melibatkan berbagai aktivitas, yang memperpanjang waktu yang dibutuhkan untuk memasukkan produk ke dalam sistem. Kebutuhan, keinginan, dan permintaan adalah inti dari penjualan. Kegiatan dalam bisnis penjualan tidak hanya mencakup pergerakan barang dan jasa dari produsen ke konsumen melalui sistem penjualan, tetapi banyak kegiatan lain yang juga terjadi dalam kegiatan penjualan.

Sebuah industri mempraktikkan jenis konsep penjualan tertentu untuk mencapai target penjualannya. Pemilihan konsep penjualan didasarkan pada ketersediaan produk dan peluang penjualan dalam industri tersebut, faktor lingkungan pasar dan kemauan pengguna target untuk membeli. Biasanya ada lima konsep penjualan, masing-masing dengan posisi dan fokus industri yang berbeda untuk aktivitas penjualan.

a. Konsep pembelian Konsep pembelian mengacu pada keyakinan bahwa pengguna lebih bersedia membeli barang yang murah dan mudah didapat. Oleh karena itu, konsep ini berkaitan dengan kemampuan untuk memproduksi secara massal, biaya sumber daya yang rendah, harga jual yang rendah, dan jangkauan distribusi yang luas.

b. Konsep produk Konsep produk adalah dasar dari prinsip bahwa pengguna menghargai dan memberikan preferensi pada produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur inovatif terbaik. Oleh karena itu, industri akan memperhatikan mereka dan menciptakan produk kelas satu, dengan

atribut dan nilai terbaik di kelasnya, serta meningkatkan volume produksi, bahkan dengan harga yang lebih tinggi.

c. Konsep penjualan Konsep penjualan dirancang untuk menjual produk dengan menggunakan teknik pemasaran yang lebih agresif. Industri yang mengadopsi konsep ini menganggap bahwa pengguna kurang tertarik untuk membeli barang mereka dan tidak akan membeli berbagai barang yang diharapkan kecuali jika direkomendasikan. Konsep ini dipraktikkan oleh industri yang menganggap produksi barang terlalu mahal dan memiliki fasilitas yang memadai untuk melaksanakan kegiatan penjualan yang direncanakan.

d. Konsep penjualan Konsep penjualan berbeda dengan ketiga konsep di atas. Jika tiga konsep sebelumnya ditujukan untuk keuntungan industri dari penjualan barang, konsep ini ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pengguna secara efektif.

e. Konsep kesejahteraan Memperluas konsep distribusi dengan memasukkan unsur kepekaan industri terhadap kesejahteraan pengguna dan masyarakat secara keseluruhan.

Strategi dan taktik Penjualan

Strategi penjualan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif meliputi strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk, dan segmentasi pasar (Zimmer dan Scarborough, 2002). Strategi penetrasi pasar berupaya meningkatkan penjualan dengan memperluas operasi penjualan dan periklanan di pasar saat ini (atau lokasi saat ini) dengan produk yang sama (lama). Strategi pengembangan pasar, di sisi lain, berusaha meningkatkan penjualan dengan memperkenalkan produk atau layanan yang sama (lama) ke dalam pasar atau segmen yang baru. Segmentasi yang efektif memiliki beberapa syarat. Yakni, segmen harus dapat diukur, bersifat sementara, cukup besar atau menguntungkan, dapat dibedakan dan layak.

Dalam menentukan dasar segmentasi, ada dua pilihan. Yakni, karakteristik konsumen adalah variabel kunci dalam segmentasi dan terdiri dari

1. Segmentasi geografis.

Segmentasi geografis dari segmen pasar berarti mengelompokkan konsumen menurut lokasi, posisi, dan waktu. Oleh karena itu, segmentasi dapat dikembangkan sebagai berikut. Dalam hal ini, negara, negara bagian, dan pulau-pulau. Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Irian Jaya, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur dan Riau. Saat ini, untuk populasi. Dalam hal ini, segmentasi dilihat berdasarkan jumlah kepadatan penduduk, misalnya di kota-kota besar seperti Jakarta, Semarang, Surabaya, Medan, dan Makassar, yang digunakan sebagai target pasar setelah segmentasi pasar iklim. Segmentasi akan dilakukan sesuai dengan iklim masing-masing, misalnya tropis, subtropis, sedang, dingin, dll.

Contoh Kentucky Fried Chicken (KFC) di Amerika Serikat menjual produknya di berbagai negara, tetapi bumbunya berbeda dari satu wilayah ke wilayah lain. Di Indonesia, misalnya, sepatu ski yang tajam dan hanya dijual di daerah tertentu dan bukan di daerah tropis yang hanya memiliki dua

musim. Asia Tenggara menjual lebih banyak AC daripada Eropa karena kondisi cuaca panas dan dingin yang berbeda.

2. Segmentasi demografis

Segmentasi berbasis demografis berhubungan dengan waktu populasi. Ini adalah segmentasi yang didasarkan pada variabel demografis seperti usia, jenis kelamin, struktur dan jumlah keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pendidikan, pekerjaan, agama, ras, dan kebangsaan. Jenis segmentasi meliputi. Contoh segmentasi demografis Susu Sustagen, kategorisasi produk berdasarkan usia (bayi dan balita) Permainan untuk anak-anak dan remaja Sepatu pria dan wanita Majalah Kartini dan Femina Majalah wanita Toyota Kijang Auto, diluncurkan di Indonesia dengan target mayoritas orang yang sudah menikah Toyota Alphard, target pasarnya adalah keluarga kelas menengah, konsumen mengutamakan gengsi dan kenyamanan Bank Syariah (Muamalat, Mandiri Syariah, BRI Syariah, dll.), target pasarnya adalah umat Islam dengan slogan-slogan yang terkait.

3. Segmentasi psikografis

Segmentasi psikografis melibatkan pengelompokan konsumen berdasarkan karakteristik berikut dari setiap konsumen: b. b. Motivasi, kepribadian, persepsi, minat, kepedulian, sikap, atau gaya hidup. Contoh segmentasi psikografis Produsen mendesain mobil sport untuk konsumen dengan gaya sporty, sedan mewah untuk kesan kelas atas dan prioritas kenyamanan dalam kelompok-kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan dan reaksi terhadap produk tertentu. Contoh segmentasi perilaku antara lain Rinso, yang telah lama ada di pasaran dan lebih dipahami di benak masyarakat karena cuciannya lebih bersih dibandingkan deterjen lain. Mengembangkan taktik penjualan yang lebih agresif, termasuk branding, diferensiasi, positioning, bauran pemasaran dan distribusi, sesuai dengan segmen yang dipilih dan strategi bisnis.

Konsep Bauran Penjualan

Menurut William J. Stanton, definisi umum dari bauran pemasaran adalah sebagai berikut. Bauran pemasaran adalah istilah yang menggambarkan kombinasi dari empat elemen kunci yang membentuk inti dari sistem penjualan organisasi. Keempat elemen tersebut adalah penawaran produk dan jasa, sistem penetapan harga, kegiatan promosi penjualan, dan sistem distribusi. Keempat elemen atau variabel dari bauran penjualan (bauran pemasaran), yang disebut 4 P, adalah.

1. strategi hasil produk
2. strategi penetapan harga
3. strategi penjualan dan pemasaran
4. strategi periklanan Bauran pemasaran yang diterapkan harus disesuaikan dengan situasi dan realitas perusahaan.

Namun demikian, karena bauran pemasaran merupakan kombinasi dari elemen-elemen yang dapat dikontrol oleh perusahaan untuk memfasilitasi keputusan pembeliannya, maka variabel-variabel bauran pemasaran di atas dapat dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut.

1. Hasil barang (jasa) Kebijakan hasil barang (jasa) mencakup barang dan jasa yang disediakan oleh perusahaan, jasa tertentu yang disediakan oleh perusahaan untuk mendukung penjualan barang dan jasa, dan bentuk barang dan jasa yang disediakan. Hasil barang adalah elemen yang paling penting, karena perusahaan berbisnis dengan itu untuk memuaskan 'kebutuhan dan keinginan' konsumen, tetapi bukan penilaian bahwa hasil barang / jasa sangat tepat waktu dalam kaitannya dengan target pasar yang dipilih. Di sisi lain, sifat dari hasil barang/jasa adalah sebagai berikut

a. tidak berwujud Jasa tidak berwujud karena tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum dibeli.

b. tidak terpisahkan Hasil barang dan jasa tidak dapat dipisahkan, baik sumbernya berupa orang atau benda. Sebagai contoh, jasa yang diberikan oleh sebuah hotel tidak dapat dipisahkan dari bangunan hotel tersebut.

c. Ruang lingkup jasa yang sebenarnya sangat tidak stabil, karena jasa ini sangat tergantung pada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut disediakan. Sebagai contoh, pelayanan hotel bintang satu berbeda dengan pelayanan hotel bintang tiga

yaitu kemampuan untuk menunda layanan tidak dapat dipertahankan. Pelanggan yang memesan kamar hotel dikenakan biaya sewa, bahkan jika mereka tidak memelihara kamar yang disewa.

2. Harga (price) Setiap perusahaan selalu mencari keuntungan untuk kelangsungan produknya. Keuntungan yang diperoleh ditentukan oleh harga yang ditawarkan. Harga suatu barang atau jasa juga ditentukan oleh besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menyediakan jasa tersebut dan keuntungan atau laba yang diharapkan akan diperoleh. Oleh karena itu, penentuan harga barang suatu perusahaan sangat penting karena berpengaruh terhadap hidup matinya perusahaan dan laba yang diperolehnya. Kebijakan penetapan harga waktu dikaitkan dengan keputusan atas jasa yang dipasarkan. Hal ini karena harga merupakan penawaran atas barang dan jasa. Ketika harga ditetapkan, biasanya didasarkan pada kombinasi barang dan jasa ditambah beberapa layanan lain dan keuntungan yang memuaskan. Berdasarkan harga yang telah ditetapkan dari suatu produk, konsumen memutuskan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak. Konsumen juga memutuskan jumlah barang dan jasa yang akan dibeli berdasarkan harga ini. Tentu saja, keputusan konsumen tidak hanya didasarkan pada harga, tetapi juga pada banyak faktor lain, misalnya, kualitas barang atau jasa, kepercayaan pada toko, dll. Setiap perusahaan harus dapat menetapkan harga yang paling masuk akal, artinya dapat menghasilkan keuntungan yang paling tinggi dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

3. Saluran distribusi (lokasi) Setelah perusahaan berhasil memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang tepat, langkah selanjutnya adalah menentukan bagaimana memasarkan barang dan jasa tersebut secara efektif dengan menempatkan orang yang tepat di tempat yang tepat. Orang-orang yang tepat dipilih dengan harapan dapat menghasilkan barang dan jasa di tengah kebutuhan dan keinginan konsumen yang mendambakan hasilnya. Yang tidak bisa diabaikan dalam mempercepat pergerakan barang dan jasa adalah pemilihan saluran distribusi (distribution channel). Waktu pemilihan saluran distribusi merupakan waktu yang mempengaruhi pemasaran, karena pemilihan saluran distribusi yang tidak tepat dapat menghambat atau menghalangi penyaluran barang/jasa dari produsen ke konsumen. Para distributor dan dealer ini secara aktif bekerja untuk menyelesaikan bisnis yang bergerak, tidak hanya secara fisik, tetapi juga dalam hal kenikmatan konsumen atas layanan ini.

Ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan ketika memilih saluran distribusi ini, yaitu

- a. sifat pasar dan tempat pembelian
- b. agen komersial, khususnya pedagang pabean
- c. pengendalian stok, yaitu penentuan tingkat stok ekonomis.
- d. saluran distribusi untuk layanan jaringan pengangkutan, yang biasanya menggunakan agen perjalanan untuk mendistribusikan layanan kepada konsumen. Salah satu aspek terpenting dari kebijakan saluran distribusi itu sendiri adalah perubahan sosial, dan pola distribusi perlu mengikuti tren konsumen.

4. Promosi penjualan Aspek ini berkaitan dengan penyediaan informasi kepada pasar mengenai hasil dari produk/jasa yang telah dijual oleh berbagai perusahaan, kapan dan di mana. Ada berbagai cara untuk menyebarkan informasi ini, termasuk periklanan, penjualan personal, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.

- a. Periklanan: merupakan alat utama yang digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen. Iklan ini dapat dibuat oleh perusahaan.
- b. melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi atau dalam bentuk papan reklame yang dipasang di pinggir jalan atau di tempat-tempat yang strategis.
- c. personal selling: merupakan kegiatan bisnis yang dirancang untuk melakukan kontak langsung dengan calon konsumen. Diharapkan dari kontak langsung dengan calon konsumen ini akan timbul hubungan dan interaksi yang positif antara pelaku bisnis dengan calon konsumennya. Bagian penjualan tatap muka meliputi penjualan dari pintu ke pintu, penjualan melalui surat, penjualan melalui telepon, dan penjualan langsung.
- d. Promosi penjualan: pelaku bisnis diharapkan dapat mempromosikan bisnis kepada konsumen melalui kontak langsung dengan calon konsumen.
- d. Promosi penjualan: merupakan kegiatan bisnis dimana barang yang dijual sedemikian rupa sehingga mudah dilihat oleh konsumen dan, lebih jauh lagi, hasil dari barang tersebut dibawa ke perhatian konsumen melalui penempatan atau pengaturan tertentu.
- e. Periklanan: metode yang sering juga digunakan oleh pelaku usaha untuk membuat konsumen secara tidak langsung mengetahui hasil dari barang yang dijualnya, berbeda dengan periklanan yang tidak sepenuhnya dilakukan oleh pelaku usaha.

BAB 14

PENGANGGARAN DAN PERMODALAN

A. PENGANGGARAN

Anggaran diperlukan untuk memposisikan perencanaan, kegiatan, dan pengendalian secara keseluruhan. UMKM, secara keseluruhan, juga membutuhkan anggaran, meskipun pada tingkat yang lebih sederhana. Bagian berikut ini menjelaskan konsep anggaran dan cara-cara yang dapat digunakan oleh UMKM untuk menggunakan dan mengimplementasikan konsep ini; salah satu ciri khas UMKM yang tidak dapat disamaratakan adalah pengadaan sumber daya keuangan, manusia, dan kapasitas lainnya. Seperti dalam kehidupan bisnis pada umumnya, pelaku UMKM perlu merencanakan dengan baik sejak awal, meskipun dengan keterbatasan. Salah satu rencana tersebut adalah anggaran.

Anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis dalam bentuk angka dan dinyatakan dalam satuan uang, yang meliputi seluruh kegiatan usaha untuk jangka waktu (waktu) tertentu di masa yang akan datang. Karena rencana yang dibuat dinyatakan dalam satuan uang, anggaran sering disebut juga sebagai rencana keuangan. Pentingnya anggaran bagi UKM antara lain.

a. Penganggaran sebagai alat perencanaan UKM biasanya menghadapi hambatan keuangan. Karena keterbatasan keuangan, UKM perlu merencanakan dengan cermat bagaimana mereka akan membelanjakan dana yang mereka terima. Pastikan kendala keuangan tidak menghambat perkembangan dan kreativitas UKM. Dana juga harus direncanakan dengan matang agar dapat digunakan secara efektif dan efisien. Anggaran bisnis sebagai alat perencanaan juga digunakan untuk

menetapkan tujuan bisnis: a. Berapa banyak penjualan yang ditargetkan dalam satu bulan dan berapa banyak dana yang dibutuhkan untuk menyelesaikan aktivitas penjualan tersebut?

b. Anggaran sebagai alat kerjasama UKM harus dapat menggabungkan dan menyeimbangkan semua kemampuan keuangan dan non-keuangan yang dimiliki untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan. Misalnya, memilih pemasok yang dapat menawarkan harga terendah, dll.

c. Anggaran sebagai alat manajemen Anggaran UKM juga berperan sebagai pengendali bisnis. Sebagai contoh, UKM dapat mengamati secara fisik jumlah barang yang ada di toko dan membandingkannya dengan data persediaan. UKM juga dapat memantau pencapaian tujuan bisnis dengan membandingkan angka penjualan dengan anggaran penjualan. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa bagian UKM sangat penting jika anggaran berada di dalam sebuah unit bisnis. Beberapa literatur juga menyatakan bahwa ada beberapa jenis anggaran dan dikategorikan berdasarkan cara perumusannya, cara penyusunannya, durasinya, area anggaran, lokasi dan ruang lingkungannya.

Setiap jenis anggaran dijelaskan di bawah ini.

1. Berdasarkan penyusunan anggaran

a. Anggaran tetap adalah anggaran yang disusun untuk suatu kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Anggaran tetap tidak memungkinkan adanya penyesuaian karena pendapatan dan pengeluaran yang direncanakan adalah tetap. Anggaran jenis ini cocok digunakan sebagai alat kontrol yang ketat, namun di sisi lain, anggaran yang tidak fleksibel akan sulit untuk diimplementasikan. Contoh anggaran tetap adalah anggaran penjualan yang disusun berdasarkan target penjualan yang direncanakan sebanyak 2.000 unit; jumlah 2.000 unit tersebut bersifat tetap dan tidak dapat diubah selama periode anggaran.

b. anggaran fleksibel adalah anggaran yang disusun berdasarkan aktivitas tertentu. Anggaran variabel memiliki komponen biaya tetap dan variabel. Anggaran variabel dicirikan oleh fakta bahwa setiap aktivitas memiliki aturan dan dasar pemikiran yang digunakan untuk menentukan biaya. Contoh anggaran variabel adalah anggaran penjualan yang disusun berdasarkan target penjualan 1.000 hingga 2.000 unit, di mana anggaran variabel muncul dalam berbagai nilai.

2. Anggaran terdiri dari:

- Anggaran berkala, mis. anggaran yang dibuat untuk jangka waktu tertentu dan biasanya dibuat pada akhir setiap periode anggaran.
- Anggaran saat ini, mis. anggaran dibuat untuk tinjauan anggaran dibuat.

3. Atas dasar anggaran, yang meliputi:

- └─ Anggaran jangka pendek, yaitu anggaran sampai dengan satu tahun. Anggaran ini biasanya disiapkan untuk persiapan modal kerja.
- └─ Anggaran jangka panjang, mis. anggaran lebih dari satu tahun. Anggaran jangka pendek disusun untuk persiapan modal kerja, sedangkan anggaran jangka panjang biasanya untuk

persiapan investasi peralatan modal (capital budget). Anggaran jangka panjang juga biasanya digunakan sebagai dasar untuk membuat anggaran jangka pendek.

4. Anggaran per kegiatan, terdiri dari:

- a. Anggaran operasi adalah anggaran yang dibuat untuk anggaran laba. Anggaran ini terdiri dari anggaran penjualan dan anggaran biaya, seperti anggaran produksi barang dan anggaran biaya operasi.
- b. Anggaran keuangan adalah anggaran yang dibuat untuk menganggarkan informasi tentang kondisi keuangan. Anggaran ini terdiri dari anggaran kas, anggaran piutang, anggaran persediaan, dan anggaran hutang dagang.

5. Anggaran berdasarkan kemampuan menyusun anggaran, terdiri dari:

- a. Anggaran Komprehensif, yaitu kumpulan dari berbagai anggaran yang disusun menjadi satu kesatuan. Anggaran keseluruhan terdiri dari anggaran operasional dan anggaran keuangan.
- b. Anggaran parsial, di sisi lain, adalah anggaran yang tidak lengkap. Anggaran parsial dilaksanakan karena kapasitas yang terbatas, mis. B. USAHA KECIL DAN MENENGAH hanya membuat anggaran kegiatan.

6. Anggaran khusus kegiatan, terdiri dari

- a. Anggaran yang dialokasikan adalah anggaran yang disusun untuk tujuan tertentu dan tidak dapat digunakan untuk tujuan lain. b. Anggaran yang dialokasikan adalah anggaran yang disusun untuk tujuan tertentu dan tidak dapat digunakan untuk tujuan lain. Sebagai contoh alokasi anggaran, asumsikan bahwa sebuah usaha kecil menjual Produk A seharga Rp. 3.000.000 untuk melunasi utang yang terkait dengan pembelian kredit Produk A dari pemasoknya. Oleh karena itu, dana sebesar Rp3.000.000,00 tersebut tidak dapat digunakan untuk tujuan lain, seperti: a. Penganggaran kinerja adalah proses dimana anggaran kinerja suatu kegiatan digunakan untuk menentukan jumlah anggaran kinerja untuk kegiatan tersebut.

- b. Anggaran kinerja adalah anggaran yang disusun untuk menilai kinerja suatu kegiatan. Sebagai contoh, UKM menggunakan anggaran aktivitas untuk menilai apakah biaya suatu aktivitas melebihi ambang batas. Misalnya, jika anggaran biaya bahan baku untuk menghasilkan suatu produk adalah Rp 1.000.000 per bulan, maka selama aktivitas menghasilkan produk tersebut, diperiksa apakah harga bahan baku yang digunakan melebihi Rp 1.000.000. Jika tingkat produksi barang tidak berubah dan melebihi asumsi bahwa hal-hal lain dianggap sama, maka dapat disimpulkan bahwa anggaran biaya bahan baku tidak efisien.

Setelah mengetahui berbagai jenis anggaran, bagian selanjutnya dan yang paling penting dalam bab ini adalah bagaimana UKM menyiapkan dan menggunakan anggaran. Dari sekian banyak jenis anggaran, salah satu jenis yang paling penting, terutama bagi UKM, adalah anggaran keuangan. Salah satu alasannya adalah karena informasi pendapatan belum final.

Anggaran Penjualan
1 Januari – 31 Desember 2016

Periode	Produk A		
	Unit	Harga jual/unit	Total penjualan
	A	b	$c = a \times b$
Januari			
Februari			
Maret			
April			
Mei			
Juni			
Juli			
Agustus			
September			
Oktober			
November			
Desember			
Jumlah			

Contoh anggaran penjualan pada tabel di atas adalah untuk membuat anggaran satu tahun. Namun demikian, untuk UKM sekalipun, ketika menyusun anggaran penjualan, satu tahun bisa terlalu lama, sehingga kerangka waktu anggaran dapat disesuaikan, misalnya dalam bulan, triwulanan, atau semesteran.

2. Siapkan perkiraan harga barang

Bagi USAHA KECIL DAN MENENGAH yang melakukan proses produksi barang dalam kegiatan usahanya di perusahaannya, langkah yang dilakukan adalah menyusun anggaran produksi yaitu perencanaan kegiatan produksi barang pada suatu titik waktu tertentu. Dalam anggaran produksi komoditas, pelaku USAHA KECIL DAN MENENGAH perlu menentukan proyeksi tingkat atau volume barang yang akan diproduksi sesuai dengan tingkat penjualan dalam anggaran penjualan yang diproyeksikan. Perlu juga dipahami bahwa dalam proses produksi barang perlu digunakan tidak hanya komponen biaya bahan baku, tetapi juga biaya tenaga kerja langsung dan biaya lain selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung, yang dipahami sebagai biaya overhead pabrik. Oleh karena itu, penyusunan anggaran barang keluar sekurang-kurangnya mencakup 3 (tiga) jenis anggaran lainnya, yaitu anggaran bahan baku, anggaran biaya tenaga kerja langsung, dan anggaran biaya overhead pabrik. Sederhananya, saat membuat anggaran hasil barang, Anda bisa menggunakan rumus berikut:

Penjualan (sumber: anggaran penjualan)	xx
(+) Persediaan akhir	<u>xx</u>
Jumlah	xx
(-) Persediaan awal	(xx)
Produksi	xx

Anggaran Produksi
1 Januari – 31 Desember 2016

Periode	Produk A				
	Rencana Penjualan	Persediaan Akhir	Total Kebutuhan Produksi	Persediaan awal	Rencana Produksi
	a	B	c = a+b	d	e = c-d
Januari					
Februari					
Maret					
April					
Mei					
Juni					
Juli					
Agustus					
September					
Oktober					
November					
Desember					
Jumlah					

Menyusun anggaran bahan baku

Setelah mengetahui berapa proyeksi jumlah barang yang akan diproduksi, langkah selanjutnya adalah membuat anggaran sumber daya. Tujuan penyusunan anggaran bahan baku adalah dengan menggunakan estimasi jumlah kebutuhan bahan baku dan jumlah pembelian bahan baku yang dibutuhkan. Anggaran sumber daya memberikan informasi konsumsi sumber daya dasar (tingkat konsumsi dasar) yang biasanya digunakan sebagai referensi untuk jumlah sumber daya per sumber daya. Dalam menyusun anggaran bahan baku, para pelaku UMKM bebas menentukan format yang dianggap paling sederhana dan tepat. Contoh pembuatan anggaran sumber daya adalah sebagai berikut:

Informasi Anggaran Komoditi 2021 KECIL DAN MENENGAH adalah sebagai berikut: Rencana produksi Komoditi A tahun 2021 diambil dari Anggaran Produksi:

Periode	Rencana produksi (unit)
Januari	400
Februari	300
Maret	200

Dasar pemakaian bahan baku untuk hasil barang A

Produk	Bahan Baku	
	Bahan X	Bahan Y
A	3	5

Informasi lain yang relevan:

Keterangan		
Perkiraan Harga Bahan Baku per unit		
Harga Bahan X	Rp. 300	
Harga Bahan Y	Rp. 500	
Persediaan Awal tahun 2016		
Bahan X	80 unit	
Bahan Y	120 unit	
Rencana persediaan akhir bulan	Bahan X	Bahan Y
Januari	100 unit	110 unit
Februari	110 unit	90 unit
Maret	90 unit	70 unit

Berdasarkan data dan informasi yang ada, maka penyusunan untuk anggaran biaya bahan baku merupakan sebagai berikut:

Menyusun anggaran kebutuhan bahan baku USAHA SUMI KATO Anggaran Kebutuhan Bahan Baku 1 Januari – 31 Desember 2021

Produk/ Waktu	Rencana produksi	Bahan baku			
		Bahan X		Bahan Y	
		Standar	Kebutuhan	Standar	Kebutuhan
Produk A	a	b	a x b	c	a x c
Januari	400	3	1.200	5	2.000
Februari	300	3	900	5	1.500
Maret	200	3	600	5	1.000

Menyusun anggaran pembelian bahan baku SUMI KATO
 Anggaran Pembelian Bahan Baku 1 Januari – 31 Desember 2021

Bahan/ Waktu	Kebutuhan Bahan baku	Persediaan akhir (unit)	Jumlah Kebutuhan (unit)	Persediaan Awal	Pembelian		
					Unit	Harga (Rp.)	Jumlah (Rp.)
	A	B	c = a+b	D	e = c-d	f	g = e x f
Bahan X							
Januari	1.200	100	1.300	80	1.220	300	366.000
Februari	900	110	1.010	100	910	300	273.000
Maret	600	90	690	110	580	300	174.000
Jumlah	2.700	300	3.000	290	2.710		813.000
Bahan Y							
Januari	2.000	110	2.110	120	1.990	500	995.000
Februari	1.500	90	1.590	110	1.480	500	740.000
Maret	1.000	70	1.070	90	980	500	490.000
Jumlah	4.500	270	4.770	320	4.450		2.225.000

Menyusun anggaran biaya Tenaga Kerja Langsung

Karena biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang berkaitan dengan pembayaran upah kepada pekerja yang terlibat langsung dalam proses produksi, maka upah pekerja toko tidak dapat dimasukkan ke dalam komponen biaya tenaga kerja langsung. Pembahasan anggaran biaya tenaga kerja langsung tidak dapat dilepaskan dari sistem pembayaran yang diterapkan oleh masing-masing UKM. Oleh karena itu, anggaran biaya tenaga kerja langsung dapat sangat bervariasi dari satu UKM ke UKM lainnya.

Sebagai contoh, banyak UKM yang mengadopsi sistem pembayaran upah berdasarkan waktu, yang membuat penentuan upah sangat bergantung pada jumlah jam kerja. Beberapa UKM juga mengadopsi sistem upah berdasarkan kinerja, di mana tingkat pembayaran ditentukan oleh jumlah

unit yang diterima. Selain dua contoh sistem pembayaran ini, masih banyak sistem pembayaran lainnya. Bagian ini menyajikan contoh formulir anggaran tenaga kerja langsung menurut sistem pembayaran berbasis waktu yang disebut jam kerja langsung (direct labour hours, DLH) dalam akuntansi manajemen.

Periode	TKL	Produk A				
		Produksi	DLH/ unit	Jumlah DLH	Standar Upah/ DLH	Jumlah
		a	B	$c=axb$	d	$e=cxd$
Januari	Departemen 1					
	Departemen 2					
Februari	Departemen 1					
	Departemen 2					
Maret	Departemen 1					
	Departemen 2					

Menganggarkan biaya produksi Biaya yang diklasifikasikan sebagai biaya produksi adalah semua biaya produksi yang terjadi ketika perusahaan memproduksi barang, tidak termasuk biaya bahan langsung (biaya bahan baku) dan biaya tenaga kerja langsung. Contoh biaya manufaktur termasuk upah pekerja pabrik, premi asuransi pabrik, biaya pembongkaran, biaya pemeliharaan pabrik, biaya listrik, dll.

Langkah terakhir dalam penyusunan anggaran untuk UKM adalah memperkirakan biaya non-manufaktur. Biaya yang menjadi bagian dari biaya nonproduksi adalah biaya umum dan administrasi. Contoh biaya umum dan administrasi antara lain biaya administrasi, biaya tenaga kerja, gaji, bonus, perjalanan, asuransi dan biaya komunikasi.

B. PERMODALAN

Ada banyak sumber modal bagi para pelaku USAHA KECIL DAN MENENGAH, sebagian tidak disebutkan dalam uraian di atas. Sumber pendanaan lain mungkin juga bersifat informal. Banyak USAHA KECIL DAN MENENGAH berbasis startup bermunculan dalam beberapa tahun terakhir. Yakni perusahaan yang masih berkembang dan biasanya bergerak di bidang teknologi dan informasi. Perbedaan mencolok terbesar antara USAHA KECIL DAN MENENGAH dan startup pada umumnya adalah risiko dan kekuatan pengembangan. Perusahaan pemula biasanya memiliki risiko bisnis yang lebih tinggi karena sebagian besar masih dalam tahap pengembangan dan penelitian. Pada saat yang sama, kekuatan kultivasinya juga sangat besar. Di Indonesia, UMKM berbasis startup seperti go-jek, aCommerce, hijUp, dll. Sumber pendanaan awal biasanya berasal dari modal ventura dalam jangka waktu tertentu berupa investasi pada perusahaan swasta besar. Di Indonesia, Kementerian Koperasi dan UMKM membentuk sebuah lembaga yang disebut Lembaga Pengelola Dana Bergulir untuk

membantu PEMILIK USAHA KECIL DAN MENENGAH, yang bertujuan untuk mendorong para pelaku UMKM untuk memberikan pinjaman dan modal lainnya sesuai untuk mendukung kebutuhan koperasi dan UMKM. Ada banyak sumber pendanaan untuk UKM, lalu bagaimana cara memilih sumber pendanaan yang tepat? Jawaban atas pertanyaan tersebut tentunya disesuaikan dengan kebutuhan usaha kecil dan menengah.

PENGUSAHA KECIL DAN MENENGAH yang baru memulai usahanya tentu memiliki kondisi permodalan yang berbeda dengan pengusaha UKM yang telah aktif selama bertahun-tahun. Namun, USAHA KECIL DAN MENENGAH yang ingin meminjam ke lembaga perkreditan biasanya perlu mempertimbangkan beberapa hal:

1. Suku Bunga Tetap atau Variabel Sebagai peminjam dari lembaga keuangan non-Syariah, USAHA KECIL DAN MENENGAH perlu mengetahui suku bunga yang ditawarkan, baik tetap maupun variabel. Suku bunga tetap adalah suku bunga yang tidak berubah selama masa pinjaman. Untuk selanjutnya, model fixed rate memungkinkan keamanan jumlah pinjaman untuk UKM, tetapi di sisi lain, jika suku bunga pasar lebih rendah dari suku bunga yang ditetapkan bank, pelaku UKM tetap berkewajiban membayar sesuai dengan jumlah pinjaman. suku bunga yang telah ditentukan sebelumnya. Selain tarif tetap, banyak lembaga keuangan juga menawarkan tarif variabel, atau tarif yang berubah dari waktu ke waktu sesuai dengan suku bunga pasar. Suku bunga pasar ditentukan oleh banyak faktor seperti: B. suku bunga sertifikat Bank Indonesia (SBI), kondisi ekonomi makro, tingkat inflasi, dll.

2. Uang muka/uang muka Uang muka adalah jenis kredit yang dilakukan sebagai uang muka dengan sistem pembayaran sederhana dan dibayarkan pada akhir jangka waktu pinjaman. Sementara pinjaman tradisional cenderung memiliki cicilan yang relatif sama setiap bulan hingga akhir masa pinjaman, pembayaran balon lebih mudah pada pinjaman pertama dengan cicilan lebih rendah. Keuntungan dari penentuan waktu balon adalah batch awal kecil, sehingga pengoptimal BISNIS KECIL DAN MENENGAH yang terampil, seperti yang baru memulai, dapat menganalisis lebih lanjut kinerja penggunaan model ini.

3. Proses Kredit Mengajukan pinjaman USAHA KECIL DAN MENENGAH adalah salah satu pertimbangan yang paling penting. USAHA KECIL DAN MENENGAH dapat memilih lembaga keuangan yang menawarkan prosedur kredit yang jelas dan transparan. USAHA KECIL DAN MENENGAH tidak boleh mudah tergoda oleh kampanye dan iklan yang tidak jelas. Mintalah penjelasan sejelas mungkin tentang perjanjian pinjaman untuk menghindari kesalahan serius yang dapat mengakibatkan kerugian. Seperti yang sudah dijelaskan, setiap lembaga keuangan pasti memiliki proses peminjaman yang berbeda. Proses kredit di BMT tentu saja lebih mudah diuji di bank, namun dengan jumlah pinjaman yang lebih rendah. Dalam hal ini para pelaku UMKM harus mengetahui kondisi dan kebutuhan yang diperlukan.

Dalam beberapa tahun terakhir, sejak tahun 2007, pemerintah telah meluncurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR), yaitu kredit atau jasa keuangan yang diberikan oleh kegiatan perbankan negara kepada UMKM dan koperasi yang layak tetapi belum bankable. Kelayakan sendiri diukur dari kekuatan perusahaan, prospek usaha yang baik dan kemampuan membayar pinjaman. Semoga dengan adanya

KUR dapat memudahkan UMKM dan koperasi yang masih terkendala modal. Beberapa persyaratan untuk mendapatkan KUR juga relatif lebih sederhana, antara lain:

1. Perusahaan yang layak adalah perusahaan yang menghasilkan barang. Contoh usaha penghasil barang adalah toko kerajinan, salon kecantikan, restoran, dan lain-lain.
2. Aktif beraktifitas minimal 6 bulan.
3. Kami tidak bisa mendapatkan kredit dari bank sekarang, kecuali kredit konsumtif, seperti B. Kredit Pemilikan Rumah (KPR).
4. Persyaratan administrasi seperti dokumen kredit meliputi dokumen tanda pengenal perusahaan (KTP, kartu keluarga, surat keterangan rumah), surat izin usaha (SIUP), informasi keuangan, proposal usaha dan persyaratan lainnya yang diperlukan oleh bank. Tidak dapat dipungkiri bahwa modal memegang peranan yang sangat penting bagi UMKM, apalagi mengingat sebagian besar UMKM di Indonesia belum bankable.

Beberapa penjelasan di atas mengenai modal alternatif UKM dan koperasi masing-masing memiliki nilai dan risiko yang berbeda, sehingga mengetahui sumber permodalan yang tepat dapat mengurangi risiko kebangkrutan bagi USAHA KECIL MENENGAH.

BAB 15

MANAJEMEN RISIKO

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan kontributor terbesar dalam industri kreatif di Indonesia. UKM berkontribusi terhadap sekitar 60% dari omset nasional BRUTO dan menciptakan lapangan kerja di komunitas lokal. Sebagai salah satu pemimpin industri kreatif, UMKM biasanya tumbuh dalam skala besar. Namun, seiring berjalannya waktu, UMKM bukannya tanpa risiko. Di banyak negara berkembang, UMKM menghadapi risiko-risiko berikut ini.

- 1) Kurangnya bahan baku untuk memenuhi ketersediaannya melalui impor.
- 2) Penjualan
- 3) Modal
- 4) Akses terhadap energi, infrastruktur, dan informasi.

Periode lain yang sering dialami oleh UMKM di kawasan ASEAN di Indonesia adalah terkait dengan inflasi yang tinggi, keterampilan dan peraturan ketenagakerjaan. 2015 merupakan tahun yang rentan dalam perjuangan antara UMKM dan ekonomi nasional karena adanya pasar bebas ASEAN, yang meningkatkan daya risiko UMKM. Hal ini dikarenakan perdagangan antar negara akan semakin mudah. Persaingan bisnis akan semakin meningkat karena kehadiran Cina yang dapat memproduksi barang-barang yang lebih kompetitif.

Memperkuat daya saing UKM di Pasar Bebas ASEAN dan ACFTA (ASEAN-China Free Trade Area) dapat dilakukan melalui penerapan strategi promosi dan pengembangan. UKM menyadari tujuan ini. Strategi ini didasarkan pada identifikasi dan pengelolaan potensi risiko yang dihadapi UKM dalam hal sumber daya manusia, produksi, modal, distribusi, dan aspek hukum. Dengan adanya manajemen risiko yang terukur, pelatihan UMKM berdasarkan solusi intensitas risiko akan menjadi lebih tepat sasaran, yang pada akhirnya membuat UMKM lebih kompetitif di pasar nasional dan internasional. Oleh karena itu, penelitian mengenai UMKM berbasis intensitas risiko berbasis quantum geografi dilakukan untuk memfasilitasi jembatan dalam mencapai pengembangan UMKM yang lebih efektif dan tepat sasaran berdasarkan intensitas risiko. Sistem informasi, menjadi tujuan utama. Salah satunya adalah untuk mendukung Pemerintah Kota: untuk memastikan bahwa Disnakerperinkop dan UMKM dan aparat kota lainnya memfasilitasi dan mengembangkan UMKM berbasis intensitas risiko dengan baik.

A. Pengantar

Dalam arti waktu, risiko mengacu pada kemungkinan terjadinya sesuatu yang dapat merugikan Anda atau perusahaan Anda. Dalam ilmu ekonomi, manajemen risiko adalah upaya untuk menghindari risiko dengan mengidentifikasi dan memantau penyebab risiko serta menerapkan sejumlah langkah untuk meminimalkan dampak risiko. Jika Anda seorang pengusaha, memahami proses manajemen risiko adalah salah satu keterampilan yang paling penting. Bagian berikut ini merinci definisi, proses, tujuan, nilai, dan contoh manajemen risiko. (www.ocbcnisp.com)

Dua kata dalam bahasa Inggris yang digunakan untuk menggambarkan arti risiko adalah prospek dan risiko. Risiko adalah kekuatan untuk menghasilkan atau kehilangan keuntungan. Namun, dalam kehidupan sehari-hari, risiko identik dengan bahaya. Risiko adalah kemungkinan untung atau rugi dari paparan ancaman yang merugikan. (Sumber Panduan Teknis Manajemen Risiko dan Keamanan, 'Manajemen Risiko dan Cara Menghadapinya'). Istilah risiko sering kali diperlakukan secara sinonim dengan kerugian, bahaya, dan kehilangan. Namun, semua istilah ini memiliki arti dan kualitas yang berbeda. Bahaya adalah suatu kejadian yang berpotensi menimbulkan kerugian atau kerusakan, misalnya: b. Kematian, bahaya kesehatan, kecelakaan kebakaran, bencana alam, pencurian, dll.

Dalam beberapa kasus, satu bahaya dapat menyebabkan kerusakan dalam berbagai bentuk. Bahaya adalah suatu kondisi atau keadaan yang dapat meningkatkan terjadinya suatu bahaya. Secara umum, hazard dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

- 1) bahaya fisik, yaitu suatu kondisi yang disebabkan oleh sifat fisik suatu benda yang dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya bahaya;
- 2) Moral hazard adalah kondisi buatan manusia yang berkaitan dengan mentalitas, sikap hidup, kebiasaan, perilaku dan lingkungan yang dapat meningkatkan terjadinya hazard. Kerugian adalah penurunan nilai ekonomi atau kerusakan yang tidak terduga sebagai akibat dari peristiwa atau terhadap diri sendiri, keluarga atau harta benda.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat risiko adalah:

- 1) frekuensi terjadinya risiko;
- 2) besarnya daya rusak;
- 3) Karakteristik, bukan risiko itu sendiri. (Sumber: Lembaga Asuransi Jakarta, 1993).

Dalam dunia perbankan, risiko didefinisikan sebagai kerugian yang dapat timbul dari terjadinya suatu peristiwa atau kejadian tertentu (sumber: PBI 25.11.2009). Risiko dalam analisis investasi adalah kemungkinan hasil yang diperoleh berbeda dengan hasil yang diharapkan (Sumber: Mamduh M. Hanafi, 2006).

Salah satu cara untuk mengklasifikasikan risiko adalah dengan melihat jenis risikonya, yaitu:

1. Risiko murni adalah risiko kerusakan yang mungkin terjadi, seperti kecelakaan, kebakaran dan risiko lainnya.
2. Risiko spekulatif adalah risiko menunggu kemungkinan kerugian atau keuntungan, misalnya dalam perdagangan yang sama dimana keuntungan dan kerugian terjadi secara bersamaan.

3. Risiko statis adalah risiko akibat kondisi keseimbangan tertentu, seperti B. Risiko petir, dll.
4. Risiko dinamis adalah risiko yang disebabkan oleh perubahan kondisi tertentu, seperti B. Perubahan teknologi yang menyebabkan munculnya risiko baru.
5. Risiko objektif adalah risiko yang didasarkan pada pengamatan parameter objektif, antara lain: B. Kinerja investasi pasar modal yang diukur berdasarkan variance basis.
6. Risiko subyektif adalah risiko yang disebabkan oleh pengamatan manusia, seperti perbedaan persepsi investor ketika membandingkan risiko dan pengembalian yang ditawarkan suatu investasi.

Pakar risiko saat ini umumnya membagi risiko organisasi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Risiko pasar adalah risiko waktu negatif harga pasar yang merugikan bisnis. Secara umum, risiko pasar terdiri dari:
 - (a) Risiko suku bunga, yaitu risiko kerugian keuangan yang terkait dengan perubahan suku bunga.
 - (b) Risiko komoditas, yaitu risiko usaha yang dipengaruhi oleh fluktuasi harga komoditas.
 - (c) Risiko modal, yaitu risiko yang dipengaruhi oleh fluktuasi nilai saham perseroan.
 - (d) Risiko fundamental, yaitu. risiko perubahan mendasar pada tingkat relatif kedua indeks.
 - (e) Risiko Pasar Lainnya Bagian dari risiko opsi dan eksposur terhadap harga pasar lainnya.
2. Risiko kredit adalah risiko yang timbul karena konsumen, mitra usaha atau pemasok gagal memenuhi kewajibannya.
3. Risiko Operasional adalah risiko dari karyawan dan kegagalan sistem atau risiko dari peristiwa eksternal (misalnya gempa bumi dan kebakaran) yang berdampak negatif terhadap kelangsungan usaha. Risiko operasional umumnya meliputi:
 - (sebuah). Risiko proses adalah risiko yang timbul dari proses yang tidak efisien dan efektif.
 - (b). Risiko karyawan adalah risiko yang disebabkan oleh jumlah karyawan, ketidakmampuan, ketidakjujuran atau keterampilan bisnis yang kurang berisiko.
 - (c) Risiko sistem, yaitu risiko terkait ketersediaan sistem, integritas data, kapasitas sistem, ketersediaan, dan peningkatan bisnis akibat berbagai ketidakpastian.
 - (d). Risiko peristiwa adalah risiko kerugian terkait peristiwa tertentu yang tidak menguntungkan tetapi dapat menimbulkan konsekuensi serius jika terjadi.
 - (e) Risiko bisnis adalah risiko kerugian akibat perubahan tak terduga dalam lingkungan persaingan atau tren monopolistik yang berdampak negatif terhadap aktivitas keuangan perusahaan.

B. Pengelolaan Risiko

Menurut buku Milton C. Regan "Risky Business", konsep manajemen risiko adalah penetapan berbagai metode dan prosedur kegiatan untuk meminimalkan kejadian yang mempengaruhi kinerja dan kualitas perusahaan. Sedangkan menurut Noshworthy, konsep manajemen risiko merupakan upaya untuk mengurangi risiko dalam proses implementasi teknis dan pengambilan keputusan bisnis.

Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa manajemen risiko adalah proses pemantauan, pengelolaan dan pengambilan keputusan untuk mencegah kerugian bisnis atau inefisiensi.

Risiko perlu dikelola karena dapat terjadi kapan saja dan sulit dihindari. Tujuan dari manajemen risiko adalah mengelola risiko sedemikian rupa sehingga dapat dicapai hasil yang optimal dalam suatu perusahaan atau aktivitas.

Manajemen risiko pada dasarnya berlangsung dalam tiga tahap sebagai berikut:

1. Identifikasi Risiko

Salah satu cara untuk mengidentifikasi risiko adalah dengan mengendalikan sumber risiko hingga kejadian yang tidak diinginkan terjadi.

2. Evaluasi dan penilaian risiko

Analisis risiko dilakukan untuk memahami karakteristik risiko secara lebih baik dan sistematis. Untuk memfasilitasi langkah-langkah, mis. menggunakan:

1) teknik probabilitas;

2) Matriks pada sumbu horizontal terkait dengan kemungkinan terjadinya risiko dan pada sumbu vertikal terkait dengan tingkat keparahan atau besarnya kerugian yang ditimbulkan oleh risiko yang dihadapi;

3) teknologi berkelanjutan;

4) teknologi VAR (Value at Risk);

5) Hasil penilaian dampak risiko terhadap hasil usaha.

Manajemen Risiko Risiko dapat dikelola dengan:

1) penghindaran;

2) ditangkap (dalam tahanan);

3) diversifikasi;

4) pengalihan risiko;

5) manajemen risiko;

6) modal ventura

Manajemen Risiko Perusahaan (ERM) adalah:

1) risiko yang terintegrasi secara organisasi,

2) strategi transfer risiko dan

3) Mengintegrasikan manajemen risiko ke dalam proses bisnis (Lam, James, Enterprise Risk Management, Wiley, 2004).

Mengintegrasikan manajemen risiko ke dalam proses bisnis melibatkan dua aktivitas proses, penilaian risiko dan mitigasi risiko, yang keduanya saling bergantung dan saling melengkapi untuk mencapai tujuan minimalisasi risiko.

Komponen penting dari analisis risiko yang menentukan risiko yang mungkin dihadapi sistem, sering disebut sebagai tingkat risiko, adalah:

1) properti,

2) ancaman,

3) kelemahan sistem,

4) kontrol dan

5) efek. gangguan sistemik.

Manajemen risiko adalah proses pemantauan informasi, pengamatan dan rekomendasi dari proses penilaian risiko, yang terdiri dari

- 1) proses penentuan prioritas risiko,
- 2) pemilihan kontrol yang tepat dan
- 3) Penentuan Pengendalian

Tujuan Manajemen Risiko

Setelah membahas tentang pentingnya manajemen risiko, kali ini kita akan melihat beberapa alasan mengapa manajemen risiko harus diterapkan dalam organisasi. Tujuan dari manajemen risiko adalah:

1. Pemantauan sumber risiko

Langkah pertama dalam manajemen risiko adalah mengurangi atau mengendalikan sumber yang dapat memengaruhi produktivitas dan keselamatan bisnis. Proses pemantauan ini dapat dilakukan melalui review proses dan analisis setiap aktivitas bisnis, mulai dari proses produksi barang hingga manajemen aset.

2. Pengungkapan informasi risiko kepada perusahaan

Tujuan selanjutnya dari manajemen risiko adalah memberikan informasi tentang kemungkinan sumber bahaya di perusahaan. Setelah analisis, manajer risiko yang berputar menyiapkan data risiko berdasarkan data proses dasar.

3. Meminimalkan kerugian dari risiko

Setelah risiko diidentifikasi dan dianalisis, pihak risiko pendapatan melakukan segala kemungkinan untuk mencegah risiko terwujud dan membahayakan kelangsungan operasi. Dalam hal ini, manajemen risiko dapat membantu para pihak mencari solusi untuk mengurangi risiko tersebut, seperti:

menghilangkan, meminimalkan atau mentransfer risiko ke pihak lain.

4. Rasa aman para pemangku kepentingan

Tujuan manajemen risiko di seluruh perusahaan adalah untuk memastikan keamanan dan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap integritas perusahaan. Stakeholder bukan investor, tetapi juga karyawan, pemasok, asuransi, dan entitas lain yang terkait dengan perusahaan.

5. Untuk mendukung stabilitas dan pertumbuhan perusahaan

Tujuan utama dari manajemen risiko adalah agar perusahaan dapat berkembang secara stabil sesuai dengan tujuan bisnisnya. Berkat proses manajemen risiko, perusahaan dapat menangani lebih cepat sumber-sumber yang mengancam pertumbuhan bisnis.

Kelabaan Manajemen Risiko Bisnis

Meskipun proses manajemen risiko merupakan proses yang panjang dan berkesinambungan, proses manajemen risiko merupakan salah satu komponen terpenting dalam manajemen bisnis yang dapat melindungi bisnis Anda dari berbagai waktu. Informasi mengenai nilai manajemen risiko adalah sebagai berikut:

1. Membantu perusahaan mencapai visi dan misinya

Nilai pertama dari manajemen risiko perusahaan adalah untuk membantu organisasi mencapai visi, misi, dan tujuan bisnis mereka. Tanpa proses manajemen risiko yang baik di perusahaan, implementasi visi dan misi akan sulit atau bahkan gagal.

2. Pencegahan kebangkrutan perusahaan Nilai lain dari manajemen risiko adalah pencegahan kebangkrutan perusahaan. Ada banyak faktor yang dapat menyebabkan bisnis Anda gagal, mulai dari manajemen keuangan hingga penipuan manusia. Proses manajemen risiko adalah solusi ampuh untuk menghindari kebangkrutan, terutama dari perspektif keuangan.

3. Peningkatan keuntungan perusahaan

Selain memitigasi ancaman, proses manajemen risiko juga bisa dievaluasi untuk meningkatkan profitabilitas bisnis, lho! Dengan manajemen risiko perusahaan, kita dapat menganalisis pengelolaan sumber daya yang kurang efisien/efektif.

4. Menjaga kepercayaan pemangku kepentingan

Nilai akhir dari manajemen risiko perusahaan adalah para pemangku kepentingan terus mempercayai kami untuk melindungi reputasi kami sebagai sebuah perusahaan. Jika perusahaan kita memiliki reputasi yang baik di mata pemangku kepentingan, maka akan semakin banyak pemangku kepentingan yang datang kepada kita untuk memulai kerja sama.

Komponen Manajemen Risiko

Proses manajemen risiko perusahaan terdiri dari beberapa komponen atau tahapan, antara lain:

1. Tujuan Penilaian Risiko

Bagian pertama dari proses manajemen risiko adalah tujuan atau sasaran penilaian risiko. Sebelum memeriksa sumber risiko, target analisis risiko penjualan ditetapkan. Tujuannya, misalnya untuk mencegah penipuan, melindungi perusahaan dari kredit macet, dll.

2. Lingkungan Risiko

Bagian selanjutnya dari proses manajemen risiko adalah lingkungan risiko. Setiap area bisnis kami memiliki risiko yang berbeda, oleh karena itu kami juga mengembangkan strategi yang berbeda untuk manajemen risiko perusahaan.

3. Identifikasi peristiwa penyebab risiko

Setelah mengidentifikasi sumber risiko lingkungan, komponen manajemen risiko perusahaan selanjutnya adalah mengidentifikasi peristiwa yang menyebabkan risiko tersebut. Contoh

pengelolaan risiko pada tahap ini adalah contoh penilaian risiko di area product dispensing. Risiko yang mungkin timbul dari kejadian di area produksi, seperti B. Kecelakaan kerja, penyalahgunaan bahan baku, dll.

4. Menilai Jenis Risiko

Langkah keempat dalam manajemen risiko adalah menentukan nilai atau besarnya masing-masing jenis risiko yang ada. Kita dapat menentukan nilai ini berdasarkan dua hal, yaitu frekuensi dan besarnya kerugian. Bergantung pada frekuensi terjadinya, jenis risiko dibedakan sebagai berikut:

Kemungkinan besar (kemungkinan besar)
mungkin (kemungkinan besar)
Probabilitas Acak (masuk akal)
Probabilitas rendah
Kemungkinan tidak terjadi (kemungkinan terjadi))

Namun, jenis risiko berdasarkan kerugian atau tingkat keparahannya adalah sebagai berikut:

bencana (malapetaka)
Kerugian besar
kerugian sedang
kerugian kecil

5. Pengambilan Keputusan

Risiko Komponen kelima dari manajemen risiko adalah proses pengambilan keputusan. Setelah mengidentifikasi jenis risiko dan peringkatnya, organisasi dapat membuat kebijakan atau mengambil tindakan berdasarkan risiko tersebut. Beberapa keputusan dapat diambil sehubungan dengan proses manajemen risiko perusahaan, seperti: B. pengendalian, pengalihan atau penghapusan sumber risiko sekaligus.

6. Dokumentasi proses manajemen risiko

Kalaupun dirawat sekarang, ada kemungkinan risiko kambuh atau akan kembali lagi di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan harus membuat dokumentasi untuk setiap perlakuan risiko yang dilakukan.

7. Menginformasikan pemangku kepentingan tentang risiko

Proses manajemen risiko perusahaan idealnya diketahui oleh seluruh pemangku kepentingan perusahaan kita, setidaknya yang terkait langsung dengan risiko. Informasi tentang risiko ini dapat diberikan melalui rapat kerja sama atau dengan menyampaikan dokumentasi manajemen risiko kepada pemangku kepentingan terkait.

Jenis risiko dalam manajemen risiko

Kami sekarang mengetahui arti Manajemen Risiko Perusahaan, tujuan, nilai, dan komponennya. Untuk lebih memahami proses manajemen risiko, di bawah ini adalah beberapa jenis risiko yang paling umum dihadapi organisasi.

1. Risiko Bisnis

Jenis risiko pertama dan paling umum adalah risiko bisnis, yaitu. Risiko yang terkait dengan bisnis inti perusahaan. Contoh mitigasi risiko bisnis adalah menerapkan TTT, mengawasi proses penganggaran modal, melatih karyawan, dll.

2. Risiko Geografis

Jenis risiko selanjutnya adalah risiko geografis karena lokasi fisik perusahaan, mis. B. Lokasi yang berhubungan dengan gempa bumi, tsunami, tanah longsor dan bencana alam lainnya. Contoh manajemen risiko yang dapat dilakukan perusahaan untuk jenis risiko ini termasuk kesiapsiagaan bencana, simulasi, dan asuransi properti.

3. Risiko Politik

Jenis risiko yang ketiga adalah risiko politik, yaitu ancaman yang timbul dari kondisi dan kebijakan politik

Beberapa risiko yang dihadapi oleh USAHA KECIL DAN MENENGAH di banyak negara berkembang berada di sebagian wilayah Indonesia

- 1.) Kekurangan bahan baku, sehingga harus mengimpor dari negara lain;
- 2.) penjualan;
- 3.) Modal:
- 4.) Akses ke energi, infrastruktur dan informasi. Selain itu, negara-negara ASEAN seperti Indonesia seringkali memiliki masalah non-fisik seperti inflasi yang tinggi, kebijakan regulasi keterampilan dan tenaga kerja.

Beberapa hambatan yang paling umum dihadapi oleh UMKM adalah:

- 1) internal, terdiri dari modal, sumber daya manusia, hukum dan akuntabilitas;
- 2) eksternal, yang masih terdiri dari lingkungan usaha yang belum kondusif, infrastruktur dan akses komoditas yang cepat berubah dari waktu ke waktu - teknologi - konsumen, dukungan manajemen operasional dan tanggung jawab lembaga keuangan, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil serta Tugas Perguruan Tinggi sebagai Pelaku Mitra UMKM .

Posisi USAHA KECIL DAN MENENGAH memiliki keuntungan yang jelas bagi perekonomian Indonesia. Dengan hadirnya UMKM, Indonesia berhasil melewati krisis global yang dimulai pada tahun pertama tahun 2008. Oleh karena itu, posisi UMKM memiliki kekuatan yang besar bagi perekonomian Indonesia. Kekuatan UMKM di kawasan Mas Depok de Pancorani terlihat dari segi permodalan, kinerja produk, penjualan dan manajemen.

Risiko yang dihadapi oleh UKM di banyak negara berkembang, sebagian Indonesia termasuk risiko bencana yang berkaitan dengan: 1) sumber daya manusia; 2) menghasilkan barang; 3) Distribusi: 4) Modal: dan 5) Hukum

1. Aspek sumber daya manusia

Aspek sumber daya manusia yang menimbulkan risiko tropis merupakan sumber daya manusia tersebut, yaitu. baik yang berasal dari kota yang sama dengan lokasi USAHA KECIL MENENGAH, maupun yang berasal dari luar kota yang berbeda lokasi USAHA KECIL DAN MENENGAH. . atau itu

campuran lokal dan non-lokal. Ini harus diperhitungkan sehubungan dengan jumlah gaji yang dibayarkan dan staf pendukung bisnis.

2. Aspek hasil barang

Aspek pengeluaran barang yang seharusnya menimbulkan risiko tropis berkaitan dengan :

- 1) Pengadaan bahan baku, baik yang tersedia dari pemasok yang berlokasi di kota yang sama dengan UKM atau perlu sumber bahan baku. . luar kota berbeda dengan USAHA KECIL MENENGAH: n Lokasi atau dapat digunakan oleh pemasok yang berada di kota yang sama dan datang dengan USAHA KECIL DAN MENENGAH dari luar kota;
- 2) proses produksi barang dilakukan dengan teknologi tepat guna atau masih manual atau kombinasi keduanya. Hal ini perlu diperhatikan dari segi biaya dan waktu yang digunakan dalam pembuatan barang agar proses pembuatan barang dapat dilakukan dengan efektif dan efisien.

3. Aspek penjualan

Aspek penjualan yang memiliki risiko bencana terkait dengan sistem penjualan yang diterapkan, baik online maupun offline atau bahkan kombinasi keduanya. Hal ini harus diperhitungkan dalam kesiapan USAHA KECIL menghadapi era online 4.0 dan yang paling dekat adalah mengetahui pangsa pasar USAHA KECIL dan MENENGAH apakah mereka bisa menembus segmen ini atau tidak.

4. Aspek permodalan

Aspek permodalan risiko bencana berkaitan dengan kemampuan UMKM untuk mendanai usahanya, baik berupa ekuitas, utang, atau kombinasi dari semuanya. Hal ini sangat penting ketika PENGUSAHA KECIL DAN MENENGAH memilih untuk membiayai usahanya dengan utang karena biasanya mereka tidak menggunakan kemampuannya untuk membayar utang.

5 Aspek Hukum

Fakta bahwa UMKM tidak mengetahui legalitas yang menimbulkan risiko tropis aspek hukum terkait dengan berusaha dan memproduksi barang, sehingga kegiatan usahanya biasanya berjalan dan berkembang tanpa perlindungan hukum. Padahal UMKM sangat membutuhkan legitimasi ini apalagi jika ingin lebih tinggi lagi atau tentunya penting untuk pengembangan dan perluasan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir Hasan, Gusnardi, 2018, PROSPEK IMPLEMENTASI DASAR ACCOUNTING: Perusahaan Lingkup, Kecil dan Menengah Berbasis Kualitas Informasi Keuangan Yang Berlaku Efektif Per 1 Januari 2018, Diterbitkan oleh The Sadari Institute (SADARIPRESS),
- Bunga Aditi, Sopi Pentana, 2018, Modul Ajar Kewirabisnisan dan Pengembangan USAHA UKURAN KECIL MENENGAH, Penerbit Perdana Medika, Medan
- 8 Cara Jitu Mengembangkan USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH (Bisnis Lingkup Kecil Menengah), [https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/558/8-cara-jitu-mengembangkan-Usaha Usaha Kecil dan Menengah-bisnis-lingkup-kecil-menengah](https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/558/8-cara-jitu-mengembangkan-Usaha_Usaha_Kecil_dan_Menengah-bisnis-lingkup-kecil-menengah), akses 17 oktober 2022
- Dwiati Marsiwi, Purwanto, Asis Riat Winanto, Modul Accounting Untuk Usaha Kecil, Lingkup, Dan Menengah Pendekatan Persamaan Dasar Rekeningtansi, Penerbit Unmuh Ponorogo Press,
- Ika Farida, 2016, Accounting Untuk USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH, Penerbit CV Kekata Grup, Surakarta,
- Manajemen Risiko, Tujuan, Nilai, & Jenisnya, <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/08/30/manajemen-risiko>
- Mas'ud Effendi, 2020, Modul Accounting dan Informasi Keuangan Sederhana Untuk USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya,
- Mia Ajeng Alifiana, S.E., M.B.A, Modul Kekuatan Risiko USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH, Pengembangan USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH Menjadi Necessary Condition untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi,
- Putu Krisna Adwitya Sanjaya I Putu Nuratama, 2021, Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Lingkup Kecil Mengengah, Penerbit: Percetakan CV. CAHAYA BINTANG CEMERLANG, Kab GOWA,
- Diklat Sistem Manajemen Kesepanjangtan Kesehatan Kerja Konstruksi Tingkat Dasar, 2016, Modul IV Manajemen Resiko, Kementerian Pekerjaan Umum Dan Perumahan Rakyat Badan Pengembangan Sumber Kemampuan Manusia Pusat Pendidikan Dan Pelatihan Sumber Kemampuan Air Dan Konstruksi, Bandung,
- Muhammad Farhan , Agil Novriansa, Umi Kalsum , Mukhtaruddin, 2020, Pengenalan Accounting bagi Usaha Lingkup Kecil dan Menengah (USAHA USAHA KECIL DAN MENENGAH) di Desa Kota Daro, Kabupaten Ogan Ilir, Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya, Sumatwaktu Selatan,

MANAJEMEN DAN PENGOLAHAN

TRANSAKSI KEUANGAN USAHA KECIL

BIO DATA PENULIS



Penulis memiliki berbagai disiplin ilmu yaitu sarjana Sistem Komputer yang diperoleh dari Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer (STEKOM) Semarang, magister Akuntansi yang diperoleh dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Dharmaputera Semarang. Penulis memiliki pengalaman kerja pada industri akuntansi dan keuangan dan sekarang mengabdikan sebagai dosen di Universitas Sains dan Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).

Penulis memiliki jabatan Fungsional Akademik Lektor 200 (Assistant Profesor) dan telah menghasilkan beberapa buku ajar ber ISBN, beberapa karya cipta produk berbasis IPTEK, dan Jurnal Ilmiah baik dalam Jurnal Nasional dan Jurnal Nasional Terakreditasi Kemenristek Dikti. Penulis sebagai dosen telah mengampu mata kuliah Akuntansi Keuangan, Perpajakan dan Auditing.



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

PENERBIT :
YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK
Jl. Majapahit No. 605 Semarang
Telp. (024) 6723456. Fax. 024-6710144
Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

ISBN 978-623-8120-25-3 (PDF)



9 786238 120253