

BAB II
INFORMASI PENCATATAN DAN AKUNTANSI UNTUK USAHA KECIL
DAN MENENGAH

2.1. Usaha Kecil

2.1.1 Pengertian Usaha Kecil dan Menengah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, usaha kecil didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang.

UU Nomor 20 Tahun 2008 juga menjelaskan tentang usaha menengah sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

2.1.2 Kriteria Usaha Kecil dan Menengah

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6 juga menjelaskan kriteria dari usaha kecil. Kriteria tersebut antara lain :

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00.

Sementara usaha menengah memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00.

Dari penjelasan Bu Siska selaku pemilik Rosaline Cookies, Rosaline Cookies memiliki omset penjualan tahunan Rp300.000.000,00 sampai dengan Rp400.000.000,00 per tahun. Dari informasi tersebut, maka dapat dipahami bahwa Rosaline Cookies masuk dalam kriteria usaha kecil.

2.2. Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

2.2.1. Pengertian Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Sistem informasi akuntansi merupakan hal yang cukup krusial untuk membantu jalannya sebuah bisnis tak terkecuali usaha kecil. Namun, realitanya

banyak usaha kecil yang belum memanfaatkan perkembangan sistem informasi akuntansi untuk membantu menjalankan bisnisnya. Menurut Richardson, et al., (2021:5), sistem informasi akuntansi adalah sebuah sistem yang mencatat, memproses, meringkas, melaporkan, dan mengkomunikasikan hasil dari transaksi sebuah bisnis untuk menyediakan informasi finansial dan non finansial yang berguna bagi pengambilan keputusan. Maka, dari definisi diatas dapat dipahami bahwa sistem informasi akuntansi merupakan aspek penting dalam sebuah bisnis.

Lebih lanjut, Richardson menjelaskan bahwa supaya lebih berguna bagi pengambil keputusan, sistem informasi akuntansi harus relevan dan memiliki representasi yang tepat. Dalam hal ini, relevan memiliki ciri dapat dikonfirmasi, memiliki nilai yang dapat diprediksi, dan material. Sedangkan representasi yang tepat memiliki ciri informasi yang lengkap, netral, dan bebas dari kesalahan.

Dalam lingkup manajemen, informasi akuntansi manajemen harus dapat memberikan informasi mengenai tindakan dan keputusan yang telah dibuat oleh manajer dan karyawan (Atkinson, et al., 2013:26). Atkinson juga menambahkan bahwa informasi akuntansi manajemen juga dapat mengamati dan mengevaluasi hasil dari keputusan yang telah diimplementasikan. Hal ini tentu akan menjadi permulaan untuk peningkatan-peningkatan selanjutnya yang akan diimplementasikan seperti peningkatan strategi operasional, keputusan tentang produk, proses, pelanggan, pengenalan produk baru, dan mungkin yang paling penting adalah manajemen dan karyawan yang lebih termotivasi dan diberdayakan.

2.2.2. Manfaat Informasi Akuntansi Manajemen

Kanhaiya Singh (2015:11) berpendapat bahwa informasi dari akuntansi manajemen memiliki 3 kegunaan, yaitu :

1. Penghitungan biaya

Akuntansi manajemen menghitung seluruh biaya yang ada termasuk biaya langsung dan tidak langsung. Penghitungan dari seluruh biaya ini memiliki tujuan yang berbeda dan digunakan dalam pengambilan keputusan yang berbeda.

2. Pengamatan dan pengendalian

Kegunaan lain informasi dari manajemen akuntansi adalah untuk mengamati secara lebih dekat aspek biaya dari sebuah produk atau proses dan mengimplementasikan pengendalian penting yang efektif untuk mengoptimalkan biaya tanpa mengubah kualitas. Umumnya, hal ini dilakukan lewat proses penganggaran dan pengendalian anggaran.

3. Memfasilitasi pengambilan keputusan

Informasi akuntansi manajemen menghasilkan informasi yang tepat dan dibutuhkan bagi pengambilan keputusan di masa yang akan datang tergantung pada area operasi perusahaan.

2.2.3. Informasi Akuntansi Manajemen untuk Pengambilan Keputusan

Informasi akuntansi umumnya hanya terbatas pada identifikasi transaksi dan mencatat transaksi sebuah perusahaan, maka fokus terbesar

informasi akuntansi adalah transaksi aktual, bukan pada transaksi yang akan datang. Namun, pengetahuan tentang informasi transaksi aktual sangat berguna dalam membangun hubungan dengan transaksi yang akan terjadi di masa depan. Dengan kata lain, dalam kepentingan pengambilan keputusan, informasi pada masa lalu sering digunakan sebagai panduan untuk memperkirakan konsekuensi dari berbagai opsi yang ada di masa depan (Hogget, et al., 2021:12).

2.3. Biaya Produk

Dalam membahas harga pokok penjualan, Hilton & Platt (2020:83) menjelaskan bahwa awal mula adanya harga pokok produksi adalah biaya produk. Biaya produk merupakan beban yang dibebankan ke persediaan, barang yang dibeli atau diproduksi untuk dijual kembali. Biaya produk ini digunakan untuk menilai persediaan hingga persediaan tersebut terjual. Pada saat penjualan, persediaan tentu berkurang, lalu biaya produk yang tercatat akan direklasifikasikan ke beban yang disebut harga pokok penjualan.

2.4. Harga Pokok Penjualan

2.4.1 Pengertian Harga Pokok Penjualan

Pada perusahaan manufaktur, sebelum adanya harga pokok penjualan akan ada akun yang bernama biaya manufaktur. Biaya manufaktur terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik. Hal ini terjadi karena produk yang dihasilkan akan disimpan dalam akun persediaan hingga pada waktu produk tersebut terjual. Ketika produk sudah selesai diproduksi, biaya produk tersebut dipindahkan dari persediaan dalam proses ke persediaan

jadi. Total biaya dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik yang telah dipindahkan dari persediaan dalam proses ke persediaan jadi disebut harga pokok produksi. Biaya tersebut lalu disimpan dalam persediaan jadi hingga saat produk tersebut terjual. Ketika produk terjual, biaya produk tersebut dipindahkan dari persediaan ke harga pokok penjualan (Hilton & Platt, 2020:84).

2.4.2 **Klasifikasi Harga Pokok Penjualan**

Dalam bukunya, Hilton & Platt (2020:44-45) menjelaskan klasifikasi biaya manufaktur sebagai berikut :

1. **Bahan Baku Langsung**

Bahan baku langsung merupakan bahan baku yang dipakai dalam proses manufaktur, secara fisik bergabung dalam produk jadi dan dapat dilacak dengan mudah pada produk.

2. **Tenaga Kerja Langsung**

Tenaga kerja langsung merupakan biaya dari upah, gaji, dan tunjangan dari personil yang bekerja secara langsung dalam proses produksi.

3. ***Overhead* Manufaktur**

Seluruh biaya lain selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung dari proses manufaktur disebut *overhead* manufaktur atau *overhead* produksi yang meliputi 3 tipe biaya yaitu bahan baku tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, dan biaya manufaktur yang lain. Bahan baku tidak langsung merupakan biaya bahan baku

yang diperlukan di proses produksi namun tidak melekat pada produk jadi. Tenaga kerja tidak langsung merupakan personil yang tidak secara langsung bekerja dalam proses produksi namun jasa mereka sangat dibutuhkan dalam proses produksi.

2.4.3 Dasar Penghitungan Biaya Overhead Pabrik

Dalam menentukan biaya overhead pabrik, Hilton & Platt (2020:93) menjelaskan bahwa biaya overhead pabrik merupakan biaya yang sulit ditentukan karena tidak ada hubungan yang jelas pada suatu pekerjaan atau unit produk. Tetapi, biaya overhead tetap harus ada dalam proses produksi agar proses produksi berjalan dengan baik. Maka dari itu, departemen akuntansi pada suatu perusahaan umumnya memilih beberapa pengukuran aktivitas produksi untuk digunakan dalam penghitungan overhead, salah satunya adalah *practical capacity*. *Practical capacity* adalah output dari sebuah aktivitas yang dapat diproduksi hanya jika aktivitas dilakukan dengan efisien.

2.4.4 Manfaat Harga Pokok Penjualan

Menurut Hansen, et al. (2021:52), manfaat utama dari harga pokok penjualan adalah untuk penghitungan laporan laba rugi yang berguna bagi laporan keuangan untuk pihak eksternal. Dengan adanya laporan laba rugi yang baik, pihak eksternal seperti investor dapat terbantu untuk menilai kesehatan keuangan perusahaan.

2.4.5 Metode Penghitungan Harga Pokok Penjualan

Menurut Hilton & Platt (2020:86-88), terdapat dua metode untuk menghitung harga pokok penjualan. Metode ini disebut *job-order costing* dan *process-costing*. Penjelasan untuk setiap metode adalah sebagai berikut :

1. *Job-order costing*

Metode *job-order costing* umumnya digunakan pada perusahaan dengan *batch* produksi atau pesanan. Dalam *job-order costing*, akuntansi biaya didesain untuk memasukkan biaya pada tiap pesanan. Lalu biaya di bagi dengan jumlah unit tiap pesanan untuk mendapatkan rata-rata biaya tiap unit pada satu pesanan.

2. *Process-costing*

Process-costing mengakumulasikan seluruh biaya produksi untuk jumlah output unit yang besar, lalu biaya ini di sama ratakan untuk seluruh unit yang diproduksi. *Process-costing* umumnya digunakan oleh perusahaan yang memproduksi tiap jenis produk secara berkelanjutan.

Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perbedaan antara *job-order costing* dan *process-costing* adalah pada jenis proses produksi yang dipakai. *Job-order costing* memasukkan biaya untuk tiap pesanan yang berbeda. Lalu rata-rata biaya dihitung untuk tiap unit produk setiap pesanan. *Process-costing* memasukkan biaya yang sama untuk jumlah unit produk yang besar namun sama.

2.5. Analisa Profitabilitas

2.5.1 Pengertian Laba

Laba adalah kelebihan dari pendapatan setelah dikurangi biaya dalam waktu tertentu (Hogget, et al., 2021:206). Laba seringkali menjadi ukuran apakah sebuah bisnis layak dilanjutkan atau dihentikan. Besarnya laba tiap periode beserta peningkatannya merupakan informasi yang berharga bagi manajemen. Informasi tersebut dapat digunakan untuk menentukan opsi keputusan yang akan diambil dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dari penjelasan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa informasi laba sangat penting untuk dapat disajikan dengan baik tiap periodenya.

2.5.2 Pengertian Laba Kotor

Laba kotor adalah bagian dari pendapatan yang tersisa setelah dikurangi hanya dengan biaya yang diklasifikasikan sebagai harga pokok penjualan (Hilton & Platt, 2020:40). Laba kotor berbeda dengan laba bersih namun laba kotor menunjukkan kepada investor maupun manajer dalam memahami apakah perusahaan berhasil dalam misi utamanya menjual produk atau jasa.

Dari pengertian tersebut, maka dapat dipahami bahwa laba kotor dapat menyediakan informasi kepada manajer maupun investor apakah perusahaan berhasil dalam melakukan kegiatan utamanya yaitu menjual produk atau jasa.

2.5.3 Manfaat Laba

Hansen, et al., (2021:928) menjelaskan manfaat dari laba. Manfaat tersebut antara lain :

1. Informasi kepada pemilik perusahaan untuk menilai apakah perusahaan layak dipertahankan baik jangka pendek maupun jangka panjang.
2. Informasi untuk menilai kinerja manajemen perusahaan.
3. Memberi sinyal pada pihak luar perusahaan tentang peluang yang potensial. Perusahaan yang menguntungkan tentu memberi informasi bahwa jika pihak luar ingin membangun perusahaan dengan sektor yang sama maka kemungkinan dapat mendapatkan keuntungan juga. Perusahaan yang memiliki laba rendah tentu tidak menarik sebuah persaingan. Untuk alasan tersebut, kemungkinan perusahaan menghindari keuntungan jangka pendek yang tinggi.

2.6. *Point of Sales (POS)*

2.6.1 *Pengertian Point of Sales (POS)*

Untuk menyediakan informasi yang diperlukan oleh Rosaline Cookies tentu memerlukan suatu alat yang dapat digunakan untuk membuat transaksi dan mendatanya dengan cepat, alat tersebut disebut *Point of Sales (POS)*. *Point of Sales (POS)* merupakan suatu kegiatan yang berorientasi pada penjualan serta sistem yang membantu proses transaksi (Permana & Faisal, 2015:21).

Point of Sales (POS) dapat menghasilkan informasi yang dibutuhkan manajemen seperti laba, penjualan, dan harga pokok penjualan. Keunggulan ini

dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi secara cepat dan membantu manajemen mengambil keputusan berdasarkan data yang tersaji.

2.6.2 Manfaat *Point of Sales* (POS)

Point of Sales (POS) menerima berbagai informasi untuk membantu proses jalannya sebuah transaksi agar dapat disajikan dengan baik dalam waktu yang cepat. Informasi yang dibutuhkan untuk menghasilkan informasi laba kotor pada *Point of Sales* (POS) adalah biaya dan harga jual. Dengan dua informasi tersebut, proses terjadinya sebuah transaksi akan lebih mudah dan rangkuman transaksi akan tersimpan dan tertata rapi untuk dapat disajikan dengan baik kepada manajemen. Manajemen yang mendapatkan informasi dengan baik tentu akan jauh lebih mudah dalam mengambil keputusan.

2.6.3 Cara Kerja *Point of Sales* (POS)

Urutan dalam *Point of Sales* (POS) dalam menyediakan informasi laba adalah sebagai berikut :

Gambar 2. 1 Cara Kerja *Point of Sales*

