

## PENINGKATAN KINERJA USAHA KECIL MIKRO PENGRAJIN KAIN PERCA DI BANGETAYU KULON, SEMARANG

Andi Kartika<sup>1</sup>, Suhana<sup>2</sup>, Sartika Wulandari<sup>3</sup>, Bogy Febriatmoko<sup>4</sup>, Ida Nurhayati<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang Indonesia  
<sup>1</sup>[andikartika@edu.unisbnk.ac.id](mailto:andikartika@edu.unisbnk.ac.id), <sup>2</sup>[suhana@edu.unisbank.ac.id](mailto:suhana@edu.unisbank.ac.id),  
<sup>3</sup>[sartikawulandari@edu.unisbank.ac.id](mailto:sartikawulandari@edu.unisbank.ac.id), <sup>4</sup>[bogyfebriatmoko@edu.unisbank.ac.id](mailto:bogyfebriatmoko@edu.unisbank.ac.id),  
<sup>5</sup>[ida.nurhayati@edu.unisbank.ac.id](mailto:ida.nurhayati@edu.unisbank.ac.id)

### Abstrak

Usaha kecil mikro yang menjadi objek pengabdian ini adalah usaha kecil mikro yang bergerak di pendayagunaan kain perca agar bernilai jual lebih tinggi. Produk yang dihasilkan oleh usaha kecil mikro ini adalah celana kolor, sprei dan masker. Usaha kecil mikro ini memiliki 7 karyawan yang direkrut dari tetangga dekat pemilik usaha ini. Usaha mikro ini telah berjalan cukup lama. Meski demikian kinerja usaha mikro ini masih belum seperti yang diharapkan. Upaya-upaya peningkatan kinerja penting dilakukan untuk menjamin keberlangsungan jalannya usaha ini. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kinerja usaha kecil mikro ini melalui seleksi bahan baku/pemasok, keunikan produk, penentuan harga pokok produk, dan biaya overhead. Harapannya kinerja usaha kecil mikro ini semakin baik dan setidaknya bisa memberi kontribusi pada perbaikan ekonomi local.

Kata kunci : produktifitas, usaha kecil mikro, kain perca

### Abstract

*Small and micro businesses that are the object of this service are micro small businesses that are engaged in the utilization of patchwork so that they have a higher selling value. The products produced by this micro and small business are underpants, bed linen and masks. This micro small business has 7 employees who were recruited from the close neighbors of the owner of this business. This micro-enterprise has been running for quite a long time. However, the performance of this micro business is still not as expected. Efforts to improve performance are important to ensure the continuity of this business. The purpose of implementing this service is to improve the performance of these micro and small businesses through selection of raw materials/suppliers, product uniqueness, determination of product costs, and overhead costs. It is hoped that the performance of these micro and small businesses will get better and at least be able to contribute to the improvement of the local economy*

*Key words: productivity, SMEs, patchwork*

## PENDAHULUAN

Usaha kecil mikro ini beralamat di Jl. Kwaron Baru RT 06, RW 02, Kelurahan Bangetayu Kulon, Kecamatan Genuk Semarang. Berdirinya usaha ini diawali dengan keikutsertaan Ibu Sarni pada pelatihan menjahit tingkat Kecamatan Genuk pada Bulan Mei 2010 selama 1,5 bulan yang diselenggarakan oleh LSM Mandiri. Selama 1,5 bulan, Ibu Sarni mengikuti dengan tekun pelatihan meskipun tidak mendapatkan uang transpor, apalagi uang saku. Dari keikutsertaan pada pelatihan ini, timbul tekad yang kuat untuk membentuk kelompok belajar usaha. Tujuannya adalah untuk menambah penghasilan keluarga dan mengurangi tingkat pengangguran, khususnya di lingkungannya. Lingkungan tempat tinggal Ibu Sarni termasuk lingkungan yang sederhana dan secara ekonomi secara umum bisa digolongkan ke kelompok masyarakat ekonomi menengah bawah. Kondisi inilah yang membawa tekad kuat Ibu Sarni untuk mendirikan usaha mikro ini. Pada tanggal 30 Oktober 2010, Ibu Sarni ditunjuk untuk mengikuti Lomba Inovasi 10 Program Pokok PKK oleh kelurahan. Saat itu produk inovasi yang dibuat adalah keset dari kain perca, pemberian Bapak Mastur, tetangga Ibu Sarni, yang merupakan pengepul kain perca. Dari hasil penjualan, yang saat itu per keset dijual Rp 3000,-, usaha ini berjalan pelan-pelan hingga kini. Beberapa kali pemilik usaha ini mengikuti lomba dan pernah mendapatkan juara dua tingkat Kota Semarang dan

mendapatkan hadiah uang pembinaan Rp 600.000,-. Uang pembinaan ini dibelikan mesin obras seharga Rp 650.000,- untuk modal kerja. Seiring berjalan waktu, beberapa pelatihan diikuti Ibu Sarni dan kelompoknya untuk menambah ketrampilan yang dimiliki. Pemasaran produk yang dihasilkan awalnya mengalami kesulitan. Semua dilakukan secara manual, dari pintu ke pintu, di rapat-rapat PKK dan lain-lainnya. Saat ini penjualan relatif tambah baik. Selain sasaran masyarakat, ada pedagang yang bersedia menerima produk dari usaha ini. Kesulitan sekarang justru di pengadaan bahan baku. Tentu saja, masalah ini menjadi sangat penting untuk diatasi untuk menjamin kelangsungan usaha ini.

Adapun profil mitra adalah sebagai berikut:

1. Nama Usaha : UPPKS Ika Mandiri
2. Mulai Usaha : 30 Oktober 2010
3. Pemilik : Ibu Sarni
4. Alamat Rumah : Jl. Kwaron Baru RT 06, RW 02, Kelurahan Bangetayu Kulon, Kecamatan Genuk Semarang.
5. Alamat Usaha : Jl. Kwaron Baru RT 06, RW 02, Kelurahan Bangetayu Kulon, Kecamatan Genuk Semarang.
6. No Kontak : 085 640 854 059
7. Jenis Usaha : *Handycraft*
8. Jumlah Karyawan : 7 Orang
9. Jenis Produk : Masker, kain kolor, sprei
10. Email : [sarniasyanto62@gmail.com](mailto:sarniasyanto62@gmail.com)
11. Riwayat Perusahaan : Berdirinya UPPKS Ika Mandiri diawali dengan keikutsertaan Ibu Sarni pada pelatihan menjahit yang diselenggarakan oleh LSM Mandiri selama 1,5 bulan di Bulan Mei 2010. Dengan modal pelatihan yang diikuti dan niat untuk meningkatkan tambahan pendapatan keluarga serta mengurangi pengangguran, Ibu Sarni bertekad mengubah nasib. Lingkungan tempat tinggal Ibu Sarni yang termasuk lingkungan yang sederhana dan secara ekonomi secara umum bisa digolongkan ke kelompok masyarakat ekonomi menengah bawah juga turut memicu Bu Sarni untuk mendirikan usaha keluarga. Akhirnya UPPKS Ika Mandiri didirikan pada tanggal 30 Oktober 2010, dengan modal awal kain perca seberat 5 kg pemberian pengepul kain perca, yang kebetulan juga tetangganya. Hingga kini UPPKS Ika Mandiri semakin berkembang, meski relatif lamban.
12. Visi dan Misi Perusahaan
  - Visi : Meningkatkan pendapatan keluarga
  - Misi :
    - Mengurangi angka pengangguran
    - Meningkatkan kualitas produk
13. Volume Produksi Per Bulan : Kurang lebih 1.250 pises/bulan
14. Permodalan : Pribadi

Uraian dari sisi produksi dan manajemen usaha mikro ini adalah pada bagian berikut ini.

- a. Produksi. Untuk proses produksi diawali dengan pengadaan bahan baku, berupa kain perca. Selama ini pengadaan bahan baku diusahakan secara sendiri. Meski ada pengepul kain perca di

- tetangga dekat, untuk kepentingan produksi kadang masih menjadi masalah. Hal ini terkait kuantitas dan kualitas kain perca yang ada. Langkah yang ditempuh usaha ini kadang mencari kain perca di daerah yang cukup jauh yaitu Karangjati Ungaran, dimana disana banyak perusahaan garmen atau kadang beli di toko kain. Selama ini pengadaan bahan baku masih menjadi masalah. Produk utama yang dihasilkan adalah spreng, masker dan celana kolor. Peralatan produksi yang digunakan sekarang adalah mesin jahit juki dengan kapasitas produksi masker 3000 pices per bulan dan celana kolor 2500 pices per bulan. Untuk percepatan perkembangan, kinerja mesin jahit yang ada menjadi kendala. Penting usaha ini memiliki mesin yang bisa memiliki kinerja yang lebih baik sehingga kuantitas produksi bisa ditingkatkan yang akan berdampak pada kinerja usaha ini. Selain itu pemotongan kain masih dilakukan secara manual sehingga proses ini membutuhkan waktu yang lebih lama. Tentu keadaan ini akan berdampak pada penyelesaian waktu untuk pesanan yang akhirnya bisa berdampak pada kepuasan pelanggan
- b. Pemasaran. Pemasaran selama ini dilakukan secara manual. Pemasaran dilakukan dari pintu ke pintu dan jangkauan area yang dapat dijangkau masih terbatas. Pemasaran juga dilakukan pada forum-forum rapat PKK. Seiring berjalannya waktu, hasil produk selain tetap di dipasarkan langsung ke masyarakat juga sudah ada pedagang yang mau menerima produk usaha ini. Berdasar survei yang dilakukan tim, sebenarnya kualitas produk usaha ini lumayan bisa bersaing dengan produk sejenis. Keunggulan produk ini adalah harga yang relatif lebih murah. Secara kualitas produk ini juga tidak kalah karena kain-kain perca yang digunakan adalah kain perca pilihan. Untuk pengembangan lebih baik, branding penting untuk dilakukan. Selama ini produk masih polos, belum ada variasi yang memadai. Dengan branding yang lebih baik, harga produk akan semakin meningkat dan akan berdampak pada kinerja usaha ini. Selain itu, pemasaran online juga mendesak untuk dilakukan, apalagi saat ini masih masa pandemik. Dengan pemasaran on line, skrup pasar bisa lebih luas.
  - c. SDM. Usaha ini memiliki 7 karyawan yang bertugas sebagai penjahit sebanyak 5 orang dan pemotong kain sebanyak 2 orang. Sebagian besar karyawan adalah ibu-ibu rumah tangga yang mengerjakan pekerjaan ini di rumah masing-masing. Mereka bertujuan untuk menambah penghasilan keluarga. Berdasar survei yang dilakukan, masalah yang muncul di SDM adalah minimnya pelatihan ketrampilan yang dilakukan oleh para karyawan. Hal ini berdampak pada sebagian produk yang kurang rapi dikerjakan. Kondisi ini tentu tidak baik bagi proses pemasaran yang dilakukan. Ke depan, peningkatkan ketrampilan karyawan penting untuk menjadi perhatian utama. Hal ini tentu saja mengingat persaingan yang ketat di lini produk ini di satu sisi, di sisi lain untuk keberlanjutan usaha ini. Perihal kompensasi karyawan, sistem yang digunakan adalah upah per potong yang dihasilkan. Sistem ini cukup memotivasi karyawan untuk memproduksi lebih banyak. Sementara dari sisi pemilik, sistem ini dirasa pas. Jadi kompensasi tidak tetap ber bulan.
  - d. Keuangan. Modal awal usaha ini adalah kain perca seberat 5 kg pemberian dari pengepul kain perca, tetangga sebelah. Dari hasil penjualan digunakan untuk proses produksi berikutnya. Selama ini usaha ini belum pernah mendapatkan skim pinjaman dari perbankan untuk pengembangan usahanya. Untuk ke depan, usaha bisa akses dana eksternal untuk pengembangan usahanya. Dari sisi keuangan usaha ini telah dikelola secara lumayan baik. Pemisahan antara uang usaha dan rumah tangga sudah dilakukan. Ketrampilan untuk membuat laporan keuangan sederhana juga sudah bisa dilakukan. Ibu Sarni selaku pemilik telah mengikuti beberapa kali kesempatan pelatihan tentang pengelolaan keuangan usaha mikro.

Sementara masalah-masalah yang ada pada usaha ini antara lain:

Pengadaan bahan baku. Selama ini pengadaan bahan baku dilakukan sendiri oleh pemilik. Meski ada pengepul kain perca yang tidak jauh lokasinya dari usaha ini, sering tidak bisa memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Kondisi ini tentu saja memiliki pengaruh pada penyelesaian pekerjaan, terutama jika pesanan yang datang dalam jumlah yang besar.

Tampilan produk masih kelihatan polos, belum ada sentuhan untuk meningkatkan citra kualitas. Kondisi ini berdampak pada nilai jual produk yang rendah. Keadaan ini pada akhirnya akan berdampak pada margin keuntungan yang relatif kecil.

Pemasaran produk masih dilakukan secara manual. Sementara berdasar pra survei diketahui bahwa produk yang dihasilkan diyakini bisa bersaing dengan produk sejenis di kelasnya. Meski dari kain perca, ketika sudah wujud produk tertentu, produk tampak berkualitas. Selama ini konsumen ada 2 macam, yaitu masyarakat langsung dan pedagang.

Ketrampilan karyawan yang mayoritas ibu rumah tangga sudah lama tidak di-*upgrade*. Kondisi ini berdampak pada hasil produksi yang terkadang kurang rapi. Di sisi lain, produk yang berbahan kain, cukup cepat mengalami perubahan model dan selera. Jika hal ini tidak diatasi bisa jadi akan memiliki dampak pada keberlanjutan usaha ini.

Dari permasalahan yang ada, program pengabdian ini menitikberatkan pada peningkatan kinerja usaha ini melalui seleksi bahan baku, keunikan produk, penentuan harga pokok penjualan dan biaya overhead. Dengan meningkatkan kinerja usaha ini, pendapatan usaha kecil mikro ini akan meningkat.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat di usaha lebih ditekankan pada pemberdayaan usaha mitra dan peran aktifnya dalam kegiatan ini. Tim dari kampus berperan sebagai fasilitator dan transfer iptek yang dimiliki. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di usaha ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

Tahap pertama: Tim melakukan kunjungan/survei ke objek sebagai mitra untuk mengetahui langsung situasi usaha mitra dari beberapa aspek, seperti: aspek produksi, pemasaran, SDM maupun keuangan. Tim menggali informasi terkait praktik manajemen organisasi yang sekarang berjalan serta mengidentifikasi masalah yang muncul.

Tahap kedua: Tim mengidentifikasi masalah yang urgen yang menjadi prioritas utama untuk diselesaikan melalui program pengabdian masyarakat ini. Penentuan prioritas penanganan masalah akan didiskusikan dengan mitra agar prioritas yang diputuskan benar-benar yang sesuai keadaan riil di lapangan.

Tahap ketiga: Dari hasil identifikasi prioritas permasalahan yang akan diselesaikan melalui program pengabdian masyarakat ini, Tim memberikan beberapa alternatif solusi yang ditawarkan ke mitra. Berdasarkan kesepakatan Tim dan Mitra, program solusi masalah yang ada diputuskan bersama.

Tahap keempat: Tim menguraikan aktivitas program kerja yang akan dilakukan dalam rangka menyelesaikan masalah-masalah utama yang dialami oleh mitra. Aktivitas program ini meliputi aspek produksi, pemasaran, dan keuangan.

Tahap kelima: Tim melakukan evaluasi secara rutin untuk memastikan bahwa semua program yang direncanakan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

## **HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN**

Solusi-solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah-masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Memperluas jaringan dengan pemasok kain perca.

Salah satu masalah pokok di usaha ini adalah bahan baku. Mengatasi masalah ini akan menjadi pintu masuk untuk kinerja Ika Mandiri yang lebih baik. Logiknya adalah kuantitas produk tidak akan berhasil ditingkatkan ketika bahan baku tidak mencukupi.

Pada usaha produksi, ketersediaan bahan baku merupakan bagian penting yang sangat diperlukan dalam proses produksi. Dalam hal pengadaan bahan baku, keberhasilan perusahaan tergantung dari upaya untuk mencari dan memilih bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi dengan teliti. Oleh

karena itu, adanya bahan baku yang berkualitas baik dan terhindar dari cacat akan memberikan kualitas produk yang baik pula.

Pemilihan pemasok biasanya mempertimbangkan biasanya kualitas dari produk, pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman adalah hal yang penting, meskipun ada beberapa faktor lain yang harus dipertimbangkan. Faktor utama yang dipertimbangkan oleh suatu perusahaan ketika memilih pemasok adalah: (William J Stevenson, 2002 : 701)

- a. Harga Faktor ini biasanya merupakan faktor utama, apakah terdapat penawaran diskon, meskipun hal itu kadangkala tidak menjadi hal yang paling penting.
- b. Kualitas Suatu perusahaan mungkin akan membelanjakan lebih besar biayanya untuk mendapatkan kualitas barang yang baik.
- c. Pelayanan Pelayanan yang khusus kadang kala dapat menjadi hal yang penting dalam pemilihan supplier. Penggantian atas barang yang rusak, petunjuk cara penggunaan, perbaikan peralatan dan pelayanan yang sejenis, dapat menjadi kunci dalam pemilihan satu supplier daripada yang lain.
- d. Lokasi Lokasi pemasok dapat mempunyai pengaruh pada waktu pengiriman, biaya transportasi, dan waktu respon saat ada order/pesanan yang mendadak atau pelayanan yang bersifat darurat. Pembelian pada daerah setempat/lokal dapat menumbuhkan goodwill (pengaruh baik) dalam suatu hubungan serta dapat membantu perekonomian daerah sekitar.
- e. Kebijakan persediaan pemasok jika pemasok dapat memelihara kebijakannya dan menjaga *spare part* yang dimilikinya, hal ini dapat membantu dalam kasus kebutuhan bahan baku yang mendadak.
- f. Fleksibilitas niat yang baik dan kemampuan pemasok dalam merespon perubahan permintaan dan memenuhi perubahan desain pesanan dapat menjadi faktor yang penting dalam pemilihan pemasok.

Menurut Dickson (1966) dalam Pujawan dan Mahendrawathi (2010:155), dua puluh satu kriteria untuk pemilihan dan evaluasi supplier dapat dilihat pada tabel 1. Dengan banyak kriteria-kriteria yang ada dalam pemilihan pemasok, namun keputusan dalam penentuan kriteria yang akan digunakan dalam suatu perusahaan ditentukan oleh perusahaan itu sendiri. Perusahaan akan memilih beberapa kriteria yang ada, pemilihan kriteria biasanya tergantung dari item-item bahan baku yang dipasok ke perusahaan.

**Tabel 1. Kriteria Pemilihan / Evaluasi Pemasok (Dickson 1996)**

No	Kriteria	No	Kriteria
1	Kualitas	12	Management and Organization
2	Delivery	13	Operating Controls
3	Performance History	14	Attitudes
4	Warranties and Claim Policies	15	Impression
5	Price	16	Packaging Ability
6	Technical Capability	17	Labor Relations Records
7	Financial Positioning	18	Geographical Location
8	Prosedural Compliance	19	Amount of Past Business
9	Communication System	20	Training Aids
10	Reputation and Position in Industry	21	Reciprocal Arrangements
11	Desire for Business		

### **Penetapan Kriteria Pemilihan Pemasok**

Kriteria yang dimaksud adalah kriteria quality, price, delivery, warranty and claim policies. Kriteria ini dipilih berdasarkan rekomendasi dari penulis berdasarkan studi Pustaka.

### **Prioritas Kriteria Quality**

Kriteria ini menilai supplier dari segi kualitas bahan baku yang disampaikan oleh supplier kepada pihak perusahaan baik dari kualitas serat bahan kaos, kenyamanan bahan (ketebalan, tidak panas, menyerap keringat) dan ketahanan warna (tidak cepat pudar). Hal-hal tersebut perlu diprioritaskan, karena dengan kualitas bahan baku yang baik akan menghasilkan produk yang baik pula.

### Prioritas Kriteria Price

Kriteria ini menilai supplier dari segi harga bahan baku yang ditawarkan oleh supplier kepada pihak perusahaan termasuk didalamnya ongkos atau biaya pengiriman bahan baku. Dengan adanya biaya yang dipasok oleh supplier diharapkan dapat menekan biaya atau beban operasional dari perusahaan, sehingga ongkos produksi menjadi murah tetapi tetap menghasilkan produk dengan standar kualitas yang baik.

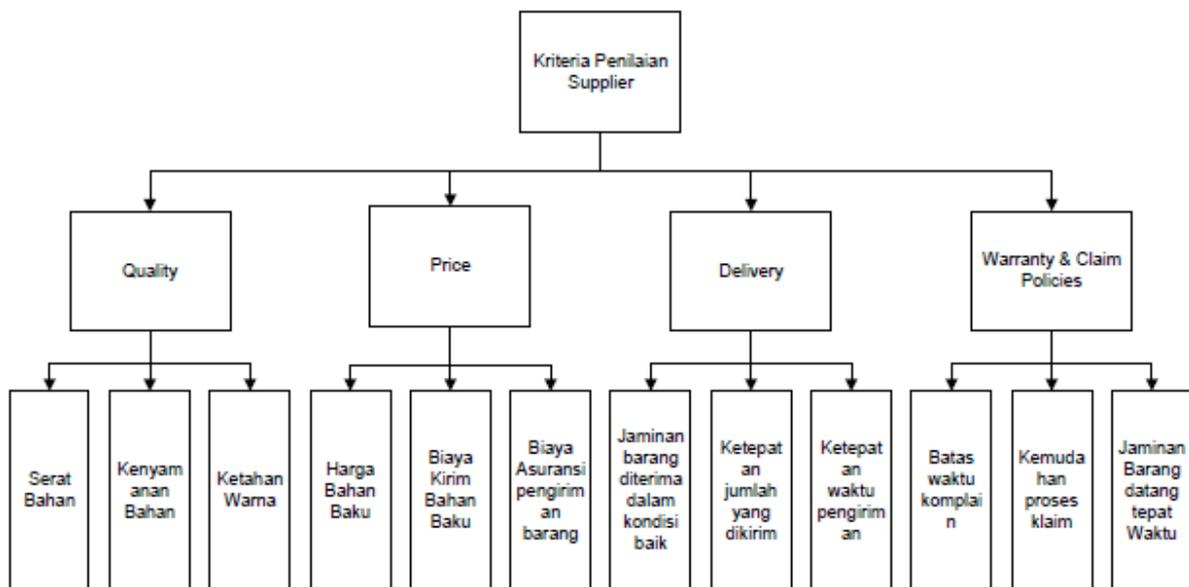
### Prioritas Kriteria Delivery

Kriteria ini menilai supplier dari segi pengiriman bahan baku, yang berhubungan dengan ketepatan jumlah pemesanan barang yang dikirim dan ketepatan waktu pengiriman. Jika pengiriman tidak sesuai dengan pemesanan akan merugikan pihak perusahaan sehingga secara tidak langsung akan menghambat proses produksi.

### Prioritas Kriteria Warranty and Claim Policies

Kriteria ini menilai supplier dari segi garansi dan kebijakan mengajukan klaim dari pihak perusahaan kepada pihak supplier, yang bertindak sebagai pemasok bahan baku. Batas waktu komplain dan kemudahan dalam mengajukan proses klaim sangat berpengaruh pada perusahaan, karena dengan begitu perusahaan akan dengan cepat mendapatkan ganti rugi atau mendapatkan barang baru sesuai dengan kriteria dari bahan baku yang dipesan perusahaan kepada pihak supplier

### Penetapan Sub-Kriteria (Indikator Kinerja Supplier) Tiap Kinerja



Gambar 1. Kriteria Pemilihan *Supplier*.

Dari 12 Sub-Kriteria pada gambar 1, dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a. Serat Bahan  
Serat bahan yang baik mendukung dari kualitas bahan baku yang baik. Misalnya dari kerapatan serat, tebal atau tipisnya bahan yang digunakan.
- b. Kenyamanan Bahan  
Kenyamanan bahan berpengaruh terhadap hasil akhir produk pada saat digunakan, misalnya mudah menyerap keringat, tidak panas dan tidak mudah kusut
- c. Ketahanan Warna

Ketahanan warna secara langsung berpengaruh terhadap kualitas produk. Ketahanan warna dapat diukur melalui warna yang tidak mudah pudar dan luntur.

- d. Harga Bahan Baku  
Harga bahan baku yang ditawarkan *supplier* kepada perusahaan, menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap biaya proses produksi.
- e. Biaya Kirim Bahan Baku  
Biaya kirim bahan baku yang dibebankan kepada *supplier* dapat mengurangi ongkos produksi.
- f. Biaya Asuransi Pengiriman Bahan Baku  
Biaya asuransi pengiriman bahan baku yang dibebankan kepada *supplier* untuk menjamin kendala yang dihadapi pada saat pengiriman barang
- g. Ketepatan Jumlah yang Dikirim  
Ketepatan jumlah yang dikirim sesuai dengan pesanan *supplier* berpengaruh terhadap kegiatan produksi.
- h. Ketepatan Waktu yang Dikirim  
Ketepatan waktu dalam pengiriman barang berpengaruh secara langsung terhadap proses produksi, apabila terjadi keterlambatan dalam pengiriman barang dapat mengakibatkan terjadinya *idle time* dalam proses produksi.
- i. Jaminan Barang Diterima Dalam Kondisi Baik  
Jaminan barang diterima dalam kondisi baik yang diberikan oleh *supplier*
- j. Batas Waktu Komplain  
Batas waktu komplain yang ditentukan sesuai perjanjian dari kedua belah pihak.
- k. Kemudahan Proses Klaim  
Kemudahan proses klaim dapat mempermudah UMKM mengajukan klaim terhadap bahan baku yang dikirim apabila tidak sesuai dengan spesifikasi pemesanan.
- l. Jaminan Barang Tepat Waktu  
Jaminan barang datang tepat waktu, adanya kompensasi yang diberikan *supplier* jika barang datang terlambat.

## B. Keunikan Produk

Menurut Cooper (2000 : 109) bahwa keunikan produk adalah pada dasarnya berasal dari riset untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang melibatkan inovasi serta teknologi yang tinggi. Keunikan dianggap penting karena keunikan membuat produk jadi berbeda dari produk kebanyakan. Konsumen juga membutuhkan keunikan produk (*need for uniqueness*) untuk meningkatkan citra diri dan identitas sosial, hal ini dikemukakan oleh (Knight & Kim 2007; Schiffman & Wisenblit 2015; Tian Bearder & Hunter 2001).

Produk bisa dibagi kedalam kategori, seperti produk umum dan eksklusif. Pembagian produk ini dimaksudkan agar konsumen memiliki pilihan dan membagi segmen pasar. Baik produk umum maupun eksklusif harus memiliki ciri khas masing-masing. Posisi produk eksklusif harus di atas dari produk umum, bisa dari segi bahan baku, motif, desain maupun kelengkapannya. Keunikan ini masuk pada diferensiasi produk. Kotler (2009:385) mengatakan bahwa: “Diferensiasi produk adalah suatu usaha perusahaan untuk membedakan produknya terhadap pesaing”. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:211). Diferensiasi produk mencakup:

- a. Bentuk
- b. Keistimewaan
- c. Mutu kinerja
- d. Keandalan
- e. Mudah diperbaiki
- f. Gaya
- g. Rancangan (design)
- h. Daya Tahan
- i. Keunikan

### C. Harga Pokok Produksi

#### Pengertian Biaya Produksi

Menurut Hansen dan Mowen (2009:45), biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan produksi barang yang selanjutnya dapat digolongkan menjadi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

#### Klasifikasi Biaya

Garrison, et al., (2008:51) mengklasifikasikan biaya menjadi:

##### 1. Biaya Produksi

- a. Bahan Langsung (*Direct Material*) adalah bahan yang menjadi bagian tak terpisahkan dari produk jadi dan dapat ditelusuri secara fisik dan mudah ke produk tersebut.
- b. Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor*)
- c. *Overhead* Pabrik adalah Mencakup seluruh biaya produksi yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

##### 2. Biaya Nonproduksi

- a. Biaya Pemasaran atau Penjualan, contohnya dari biaya pemasaran atau penjualan adalah pengiklanan, pengiriman.
- b. Biaya Administrasi, contoh dari biaya administrasi ini adalah gaji eksekutif, akuntansi umum, kesekretariatan, hubungan masyarakat, dan biaya sejenis yang terkait dengan administrasi umum organisasi secara keseluruhan.

#### Biaya *Overhead* Pabrik

Menurut Mulyadi (2009:208) biaya *overhead* pabrik dapat digolongkan dengan tiga cara penggolongan, yaitu:

1. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut sifatnya, dikelompokkan menjadi enam, yaitu:
  - a. Biaya Bahan Penolong mencakup biaya bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi atau bahan yang meskipun menjadi bagian produk jadi tetapi nilainya relatif kecil dibandingkan dengan harga pokok produksi tersebut.
  - b. Biaya Reparasi dan Pemeliharaan dapat berupa biaya suku cadang, biaya bahan habis dan harga perolehan jasa dari pihak luar perusahaan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan emplasemen, perumahan, bangunan pabrik, mesin dan peralatan, kendaraan, perkakas laboratorium, dan aktiva tetap lainnya yang digunakan untuk kepentingan pabrik.
  - c. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung yaitu tenaga kerja yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk. Tenaga kerja tidak langsung terdiri dari:
    - Karyawan yang bekerja dalam departemen pembantu, seperti departemen pembangkit tenaga listrik, departemen pembangkit tenaga uap, bengkel, dan departemen gudang.
    - Karyawan tertentu yang bekerja dalam departemen produksi, seperti kepala departemen produksi, karyawan administrasi pabrik, dan mandor.
  - d. Biaya yang Timbul Sebagai Akibat Penilaian Terhadap Aktiva Tetap  
Biaya yang termasuk dalam kelompok ini antara lain adalah biaya-biaya depresiasi emplasemen pabrik, bangunan pabrik, mesin dan peralatan, perkakas laboratorium, alat kerja, dan aktiva tetap lain yang digunakan pabrik.
  - e. Biaya yang Timbul Sebagai Akibat Berlalu Waktu  
Biaya-biaya yang termasuk dalam kelompok ini yaitu biaya-biaya asuransi gedung dan emplasemen, asuransi mesin dan peralatan, asuransi kendaraan, asuransi kecelakaan karyawan dan biaya amortisasi kerugian.
  - f. Biaya *overhead* pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran tunai. Biaya *overhead* pabrik yang termasuk dalam kelompok ini yaitu biaya reparasi yang diserahkan kepada pihak luar perusahaan, biaya listrik PLN, dan sebagainya.
2. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut perilakunya dalam hubungannya dengan

perubahan volume kegiatan, digolongkan menjadi tiga, yaitu:

- a. Biaya *overhead* tetap yaitu biaya *overhead* pabrik yang tidak berubah dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu, misalnya biaya gaji penyelia, biaya pajak kekayaan, biaya penyusutan mesin, biaya gedung asuransi, biaya sewa, dan sebagainya.
  - b. Biaya *overhead* variabel yaitu biaya *overhead* pabrik yang berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan, contohnya biaya perlengkapan dan biaya upah tidak langsung.
  - c. Biaya *overhead* semivariabel yaitu biaya *overhead* pabrik yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
3. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut hubungannya dengan departemen, dikelompokkan menjadi dua, yaitu:
    - a. Biaya *overhead* pabrik langsung departemen yaitu biaya *overhead* pabrik yang terjadi dalam departemen tertentu dan manfaatnya hanya dinikmati oleh departemen tersebut.
    - b. Biaya *overhead* pabrik tidak langsung yaitu biaya *overhead* pabrik yang manfaatnya dapat dinikmati oleh lebih dari satu departemen.

### **Pengertian Harga Pokok Produksi**

Harga pokok produksi adalah biaya dari yang diselesaikan dan ditransfer keluar akun persediaan barang dalam proses periode ini. Menurut Mulyadi (2014:10) harga pokok produksi atau disebut harga pokok proses adalah pengobanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan.

### **Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi**

Unsur-unsur perhitungan harga pokok produksi menurut Carter (2009:40) yaitu:

1. Bahan Langsung (*Direct Material*) adalah semua bahan yang membentuk bagian integral dari barang jadi dan yang dapat dimasukkan langsung dalam kalkulasi biaya produk.
2. Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor*) adalah karyawan yang dikerahkan untuk mengubah bahan langsung menjadi barang jadi.
3. *Overhead* Pabrik didefinisikan sebagai biaya bahan tidak langsung, pekerja tidak langsung dan semua biaya pabrik lainnya yang tidak dapat dibebankan langsung ke produk tersebut.
  - a. Bahan Tidak Langsung (*Indirect Materials*) adalah bahan-bahan yang dibutuhkan guna menyelesaikan suatu produk, tetapi pemakaiannya sedemikian kecil atau sedemikian rumit, sehingga tidak dapat dianggap sebagai bahan langsung yang tak berguna atau tidak ekonomis.
  - b. Tenaga Kerja Tidak Langsung (*Indirect Labor*) adalah para karyawan yang dikerahkan dan tidak secara langsung mempengaruhi pembuatan atau pembentukan barang jadi.

### **Metode Full Costing**

*Full costing* menurut Mulyadi (2009:17) merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

### **Metode Variable Costing**

Menurut Mulyadi (2009:18) *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

## PENUTUP

Usaha mikro pengrajin kain percaya dengan produk utama masker, celana kolor dan sprei ini telah berjalan cukup lama. Meski demikian usaha mikro ini perkembangannya relatif sedikit. Usaha untuk meningkatkan kinerja usaha mikro ini perlu dilakukan mengingat secara umum peran usaha mikro yang strategis pada solusi masalah pengangguran. Upaya peningkatan kinerja dilakukan melalui beberapa hal, yang meliputi: seleksi bahan baku/pemasok, keunikan produk, penetapan harga pokok produksi dan biaya overhead. Dengan langkah ini, diharapkan kinerja usaha mikro ini bisa meningkat. Peningkatan kinerja usaha ini akan memiliki dampak baik bagi pemilik maupun karyawan yang bekerja.

## SARAN

Di tengah perubahan lingkungan usaha yang cepat ini, suatu usaha mesti bisa merespon dan selanjutnya melakukan langkah adaptasi. Demikian halnya dengan usaha mikro yang bergerak di kain perca ini. Usaha perbaikan di semua lini penting untuk dilakukan, baik itu dari sisi pengelolaan produksi, pemasaran, keuangan maupun SDM. Untuk produksi bagaimana proses produksi bisa efisien dan menghasilkan produk yang berkualitas baik. Dari sisi pemasaran, pemasaran konvensional mesti ditambah dengan pemasaran yang lebih bisa menjangkau sasaran yang lebih luas. Sementara dari sisi keuangan, penentuan biaya produksi bisa lebih akurat. Last but not least, usaha mikro ini mesti terus meng-upgrade kualitas SDM yang dimiliki, dengan mengikutkan ke pelatihan-pelatihan yang relevan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. 2009. manajemen bisnis. Jakarta: Rineka Cipta
- Alma, Buchari. 2014. manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta
- Carter, William K, 2009, *Akuntansi Biaya*, Edisi 14, Salemba Empat, Jakarta.
- Cooper dan Kleinschmidt. 2000. New Product Success Factors. *Australian Journal of Management*.
- Fahmi, Irham. 2014. manajemen strategis teori dan aplikasi. Bandung: Alfabeta
- Garrison, Noreen. 2008, *Akuntansi Manajerial*. Jilid 1. Edisi 11. Salemba Empat, Jakarta.
- Hansen, Don. R dan Maryanne M. Mowen, 2009, *Akuntansi Biaya*. Edisi 8, Salemba Empat, Jakarta.
- Knight, D. K., & Kim, E. Y. (2007). Japanese Consumers' Need for Uniqueness: effect on brand perceptions and purchase intention. *Journal of fashion Marketing and Management: an International Journal*, 11(2), 270-280.
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Lynn.G.S. dan Lynn, N.M. 2009 *Innorprenurship*, Probus Publishing Co
- Mulyadi. 2009, *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta
- Mulyadi, 2014, *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Muti, T. 2011. Kewirausahaan yang berproses, Jakarta: Grasindo.
- Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi Edisi X, Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 2016.
- Partomo, Titik S. & Soejoedono, A.R. 2011. Ekoomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi. Jakarta: Gales Indonesia.
- Profil UPPKS Ika Mandiri.
- Profil Pusat Kegiatan UPPKS Ika Mandiri.

- Pujawan, I Nyoman dan Mahendrawathi. 2010. Supply Chain Management. Surabaya: Guna Widya.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). Consumer Behaviour (ed. Ke-11). Boston: Pearson Education Limited.
- Stevenson, J William. 2002. Operation Management. New York: McGrawHill
- Suryana. 2010. Kewirausahaan, Peo,m Praktis, Kiat dan proses menuju sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, William J. 2001. Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta
- Tian, K. T., Bearden, W. O., & Hunter, G. L. (2001). Consumers' need for uniqueness: scale development and validation. *Oxford University Press*, 28(1), 50-66.
- Tjiptono, Fandy. 2011. Strategi Pemasaran. Yogyakarta. Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Yusuf, Nasrullah. 2011. Wirausaha dan Usaha Kecil Jakarta: Modul PTKPNF Depdiknas.