

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat sekarang ini dimana isu tentang krisis ekonomi melanda sebagian besar negara-negara di dunia terlebih kawasan Eropa, memberikan dampak yang sangat besar pada perkembangan sektor-sektor penting seperti industri, perdagangan, dan investasi dimana sektor ini memiliki peran yang cukup dominan dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Seperti yang diungkapkan Wakil Presiden Boediono dalam Majalah Industri bulan September edisi ke-2 tahun 2012 yang memberikan julukan terhadap ketiga sektor tersebut dengan nama *Three Musketeersnya* perekonomian nasional. Ungkapan tersebut didasarkan pada kenyataan bahwa sektor industri, perdagangan dan investasi selama ini telah berperan sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi nasional sehingga dicapai pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi.

Akibat krisis global pula tidak sedikit industri atau usaha berskala besar tidak lagi mampu bersaing dan bahkan mengalami kebangkrutan. Menurut Wall Street (<http://www.medianesia.com> diakses pada hari Jumat tanggal 21 September 2012), sedikitnya ada 5 perusahaan besar yang diperkirakan akan lenyap di tahun 2013 diantaranya Avon, Suzuki, American Airlines, Research In Motion (RIM), dan Current TV. Sekalipun mampu bertahan, banyak diantara pelaku industri-industri tersebut menunjukkan suatu gejala dimana strategi-strategi yang mereka gunakan dalam mengembangkan usahanya cenderung tidak sehat. Disaat industri atau usaha

BAB I PENDAHULUAN

berskala besar mengalami kemunduran sehingga terjadi fenomena PHK secara besar-besaran seperti salah satunya yang terjadi pada perusahaan Hewlett-Packard (HP) yang memangkas habis karyawannya sebanyak 29.000 orang pada bulan Mei lalu yang berakibat bertambahnya jumlah pengangguran (<http://inet.detik.com> diakses pada hari Sabtu tanggal 29 September 2012) dan merosotnya tingkat kesejahteraan masyarakat karena dampak krisis ekonomi, justru situasi tersebut berbanding terbalik dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengalami perkembangan karena rendahnya resistensi oleh krisis ekonomi bagi kelompok industri kecil menengah, yang termasuk di dalamnya sektor industri mikro. Menurut Mudradjad Kuncoro dalam Harian Bisnis Indonesia pada tanggal 21 Oktober 2008 mengemukakan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terbukti tahan terhadap krisis dan mampu *survive* karena, pertama, tidak memiliki utang luar negeri. Kedua, tidak banyak utang ke perbankan karena mereka dianggap *unbankable*. Ketiga, menggunakan input lokal. Keempat, berorientasi ekspor (Heri, <http://wordpress.com> diakses pada hari Sabtu 29 September 2012).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang saat ini memiliki posisi penting, bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dimana Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menyerap rata-rata 3-5 tenaga kerja (Syarif Hasan, <http://www.uin-malang.ac.id> diakses pada hari Sabtu 29 September 2012) dan kesejahteraan masyarakat namun juga sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar untuk Indonesia yaitu sebesar Rp. 650,6 triliun pada triwulan II-2012 (Badan Pusat Statistik (BPS), No. 54/08/Th. XV, 6 Agustus 2012). Dalam membangun perekonomian di suatu daerah, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) termasuk ke dalam salah satu kekuatan strategis. Oleh karenanya

BAB I PENDAHULUAN

pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) setiap tahun mengalami peningkatan, dimana berdasarkan data dari Biro Pusat Statistik (BPS) jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia pada tahun 2011 diperkirakan menembus angka 55,21 juta unit, dan terbukti memberikan kontribusi penyerapan tenaga kerja sebanyak 101,72 juta orang atau meningkat 3,55 dibanding tahun 2010 sebanyak 99,401 juta orang.

Dengan melihat potensi perkembangannya, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) khususnya usaha-usaha *home industry* saat ini sedang digemari dan diminati masyarakat terutama kaum perempuan. Hal ini dibuktikan dengan jumlah kenaikan persentase pelaku bisnis di tahun 2012 sebesar 1,56% yang sebelumnya hanya 0,24% (Agus Muharam, <http://www.bisnis.com> diakses pada hari Sabtu tanggal 22 September 2012). Alasannya karena fleksibilitas tempat dan waktu serta biaya yang dikeluarkan untuk memulai usaha tersebut yang relatif kecil.

Home industry yang menghasilkan produk berupa makanan ringan atau biasa disebut camilan, merupakan salah satu peluang usaha yang saat ini menawarkan keuntungan yang menjanjikan sehingga banyak orang tergiur untuk mencoba usaha di bidang tersebut. Selain itu, terbukanya peluang pasar dan tingginya tingkat keinginan konsumen terhadap minat beli makanan ringan atau camilan akan terus mengalami peningkatan yang positif. Menurut Ibu Ani yang telah menggeluti usaha di bidang makanan ringan khususnya camilan selama hampir 20 tahun, juga pemilik dari Camilan Toko Senang di Jalan Astana Anyar Kota Bandung mengakui bahwa perkembangan usaha makanan tidak pernah mati jika bisa menjaga kualitas produk yang dijual sehingga menurutnya camilan merupakan usaha yang prospektif untuk kedepannya. Selain itu tingginya permintaan akan makanan ringan, tentunya

BAB I PENDAHULUAN

mendorong omset dan keuntungan yang besar bagi pelaku bisnis camilan kelas kakap seperti ibu Ani (<http://m.merdeka.com> diakses pada hari Sabtu tanggal 29 September 2012). Hal ini dapat dilihat dengan terus berkembangnya usaha makanan di kota Bandung dan antusiasme para wisatawan yang datang untuk mengunjungi pusat makanan di sekitar Jalan IR. H. Juanda, Jalan Setiabudi, Jalan Riau, Jalan Pasteur, dan Jalan Burangrang sehingga dijuluki sebagai kota kuliner.

Untuk membuka suatu usaha diperlukan modal awal sebagai alat investasi dimana dalam pengelolaannya dapat digunakan metode penganggaran modal sesuai dengan teori keuangan, tujuannya agar modal yang telah diinvestasikan dapat menghasilkan sesuatu sesuai harapan pemiliknya. Namun pada kenyataannya usaha kecil masih jarang sekali menerapkan teori penganggaran modal dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi. Menurut Runyon (1983) yang melakukan studi terhadap 214 perusahaan yang memiliki kekayaan bersih antara \$500.000-\$1.000.000, menemukan bahwa hampir 70% usaha kecil mengandalkan *Payback Period*, 14% menggunakan *Discounted Cash Flow (DCF)* dan sekitar 9% menggunakan analisis tidak normal. Menurut Graham & Harvey (2001) yang melakukan survei pada 320 CFO menemukan bahwa perusahaan kecil banyak menggunakan metode sederhana seperti *Payback Period* dibandingkan metode modern seperti *Discounted Cash Flow (DCF)*.

Ada beberapa pendapat yang mengungkapkan alasan mengapa perusahaan kecil tidak menggunakan teori penganggaran modal. Menurut Keasey & Watson (1993) yang menggambarkan bahwa para pengusaha membentuk perusahaan hanya sebagai *alternative* untuk para pengangguran sebagai cara untuk menghindari kebosanan. Dalam setiap kasus, tujuan utama pengusaha mungkin untuk

BAB I PENDAHULUAN

mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, bukan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Ang (1991), banyak perusahaan kecil memiliki keterbatasan sumber daya manajemen, dan tidak memiliki keahlian dalam keuangan dan akuntansi. Oleh karena itu mereka tidak dapat mengevaluasi proyek-proyek dengan menggunakan *Discounted Cash Flow (DCF)*. Menurut Nayak & Greenfield (1994) yang melakukan penelitian pada usaha kecil di West Midland, Inggris menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang tidak baik, bukan karena dari kurangnya catatan bisnis dan kurangnya kesadaran faktor bisnis utama, namun karena kurangnya pengetahuan akuntansi yang memadai dan catatan keuangan yang tepat. Menurut McMahon & Davies (1994), laporan keuangan yang dianalisis secara komprehensif umumnya dapat meningkatkan kontrol keuangan dan secara signifikan juga dapat meningkatkan peluang usaha kecil (bisnis) yang makmur melalui pertumbuhan. Menurut Petersen & Rajan (1995) dan Cole (1998), bahwa perusahaan kecil mempunyai halangan untuk masuk ke pasar uang. Hal ini secara tidak langsung dapat membatasi pembiayaan untuk perusahaan kecil.

Dalam teori keuangan metode penganggaran modal berguna sebagai alat untuk menilai kelayakan suatu investasi. Brigham & Ehrhardt (2007) berpendapat bahwa keputusan penganggaran modal memiliki pengaruh bagi kesejahteraan keuangan perusahaan sehingga penting bagi pemilik atau manajer untuk menggunakan teknik penganggaran modal. Meskipun penganggaran modal penting namun untuk perusahaan kecil, cenderung tidak menggunakan perhitungan yang telah dikembangkan tersebut (Runyon, 1983). Studi menunjukkan bahwa banyak perusahaan kecil cenderung mengandalkan pendekatan *Payback Period*, meskipun kedua metode NPV dan IRR lebih unggul dari *Payback Period* (Graham & Harvey

BAB I PENDAHULUAN

1999 dalam Brigham & Houston 2001: Walker, Burns & Denson 1993). Hal ini dikarenakan para pemilik usaha kecil memiliki pandangan bahwa metode *Payback Period* mudah untuk dipahami, padahal *Payback Period* hanya menunjukkan seberapa lama investasi dapat kembali. Konsep ini memiliki arti bahwa perusahaan kecil hanya berfokus pada laba investasi dan bukan berfokus pada arus kas di masa depan yang lebih berisiko, karena metode ini mengabaikan nilai waktu dari uang juga arus kas pengembalian sehingga tidak dapat memaksimalkan laba perusahaan. Alasan lain usaha kecil menggunakan *Payback Period* karena biasanya usaha kecil jarang sekali melakukan perencanaan jangka panjang, sehingga mereka tidak peduli dengan teknik-teknik penganggaran modal yang sudah ada. Menurut Sexton & Van Auken (1985), yang telah melakukan survei menunjukkan hanya 14% dari usaha kecil dapat diklasifikasikan sebagai perencana strategis yaitu orang-orang bisnis yang memiliki pengetahuan untuk mengantisipasi keuntungan perusahaan dan industri penjualan di masa depan.

Usaha kecil yang dipilih sebagai objek penelitian adalah perusahaan makanan ringan Cheese Stick Et Ot milik ibu Hj. Eti Sumarno yang berlokasi di daerah Kiaracondong. Selama ini usaha makanan ringan tersebut telah berjalan sekitar enam tahun dan dilihat dari kemampuan minat beli yang tinggi maka produk tersebut sudah memiliki banyak konsumen potensialnya. Saat ini pemilik memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya tersebut menjadi lebih besar, sehingga dalam pengelolaan modal investasi yang telah dianggarkan dibutuhkan perhitungan penganggaran modal yang tepat agar dapat menghasilkan kelayakan usaha yang diharapkan.

Berdasarkan fenomena yang ada serta objek penelitian yang telah ditentukan maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai teknik penganggaran

modal yang dilakukan Cheese Stick Et Ot dengan judul “**Penerapan Penganggaran Modal Untuk Mengevaluasi Rencana Ekspansi Usaha Cheese Stick Et Ot**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka diidentifikasi beberapa masalah dalam proses penganggaran modal Cheese Stick Et Ot sebagai berikut :

1. Bagaimana proyeksi aliran arus kas operasional (*operational cash flow*) yang diperlukan selama 5 (lima) tahun ke depan untuk usaha Cheese Stick Et Ot ?
2. Bagaimana *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Profitability Index (PI)* dari usaha Cheese Stick Et Ot?
3. Bagaimana kelayakan usaha yang dilakukan usaha Cheese Stick Et Ot ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian penerapan penganggaran modal untuk mengevaluasi rencana ekspansi usaha Cheese Stick Et Ot bertujuan :

1. Mengetahui besarnya aliran arus kas operasional (*operational cash flow*) usaha Cheese Stick Et Ot selama periode waktu 5 tahun.
2. Mengetahui hasil perhitungan *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Profitability Index (PI)*.
3. Mengetahui kelayakan usaha yang akan dilakukan usaha Cheese Stick Et Ot.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi :

1. Perusahaan Cheese Stick Et Ot

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan ekspansi karena proyek ini melibatkan keputusan strategis dan biasanya membutuhkan modal yang besar.

2. Konsultan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi konsultan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam pembuatan anggaran modal untuk perusahaan sejenis maupun tidak sejenis selanjutnya.

3. Bagi Investor

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi calon investor yang akan menanamkan modalnya kepada perusahaan Cheese Stick Et Ot dengan memberikan perhitungan *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Profitability Index (PI)*.

4. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan penganggaran modal. Selain itu juga menjadi tambahan pengetahuan antara teori dengan terapan praktis dalam penganggaran modal untuk usaha kecil.