

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Riview Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian Samsul (2013) yang dilakukan di CV. Pyramid, perbandingan harga pokok produksi *full costing* dan *variable costing* untuk harga jual CV. Pyramid. Hubungan penelitian melakukan Perhitungan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting mengingat manfaat informasi harga pokok produksi adalah untuk menentukan harga jual produk yang akan disajikan laporan posisi keuangan. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk menganalisis perbandingan metode *full costing* dan *variable costing* dalam perhitungan harga pokok produksi untuk penentuan harga jual pada CV. Pyramid.

Menurut penelitian Afif dan Rahmawati (2017) yang dilakukan di PT. Sariwangi A.E.A, analisis perhitungan harga pokok produksi teh sedap wangi menggunakan metode harga pokok proses pada PT. Sariwangi A.E.A. Hubungan penelitian melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode harga pokok proses menghasilkan harga pokok produksi yang sama dengan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa perhitungan harga pokok produksi pada PT. Sariwangi A.E.A telah sesuai dilakukan. Perhitungan harga pokok produksi dipengaruhi oleh produk hilang dalam proses dan pembebanan biaya.

Menurut penelitian Maghfirah (2016) yang dilakukan pada UMKM Kota Banda Aceh, analisis perhitungan harga pokok produksi dengan penerapan metode *full costing* pada umkm Kota Banda Aceh. Hubungan penelitian melakukan perolehan harga pokok produksi dengan metode *full costing* lebih baik pada PT menganalisis biaya produksi, maka penyebabnya adalah perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* sudah termasuk semua biaya *overhead*, baik tetap maupun variabel selama proses produksi.

Menurut penelitian Setiadi (2014) yang dilakukan di CV. Minahasa mantap perkasa, perhitungan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual pada CV. minahasa mantap perkasa. Hubungan penelitian mengetahui pengklasifikasian

biaya yang diterapkan oleh CV. Minahasa Mantap Perkasa dalam perhitungan HPP, untuk mengetahui perhitungan HPP Perusahaan dalam penentuan harga jual dan mengetahui perhitungan/penentuan harga jual produk yang diterapkan. Metode penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Pengumpulan HPP yang digunakan adalah metode harga pokok proses (*process cost method*), sedangkan metode penentuan harga pokok produksi menggunakan pendekatan *full costing*. Tujuannya untuk memenuhi persediaan digudang, dan jumlahnya sama dari waktu ke waktu.

Menurut penelitian Wardoyo (2016) yang dilakukan di PT Dasa Windu Agung, analisis perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual atas produk. Hubungan penelitian melakukan penentuan biaya produksi untuk produk yang diproduksi oleh PT. Dasa Windu Agung. Aktivitas dilakukan melalui serangkaian proses produksi, sehingga biaya yang dikeluarkan dalam produksi akan dihitung ke dalam biaya produksi yang dijual. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya penentuan unsur-unsur biaya yang terkait dengan biaya produksi dan Penentuan biaya produksi pada pekerjaan produk berbasis biaya dengan pendekatan *full costing*.

Menurut penelitian Mizikovsky (2016) yang dilakukan di Russia, Akuntansi Dasar dan Aspek Perencanaan Perhitungan Perputaran Intra Pabrik dari Limbah yang Dapat Dikembalikan. Hubungan penelitian melakukan Skema perhitungan biaya dan harga model *returnable waste* dan modelnya refleksi dalam perencanaan produksi, penganggaran, akuntansi dan pelaporan internal ditawarkan; kebutuhan untuk regulasi standar akuntansi dan rekomendasi metodis industri tentang perencanaan, akuntansi dan menghitung harga pokok produksi (pekerjaan, jasa dan barang).

Menurut penelitian Bozgulova *et al* (2019) yang dilakukan di khazakhstan, metode perhitungan manajemen biaya di industri konstruksi. Hubungan dengan penelitian mengetahui informasi tentang biaya dalam sistem informasi tentang kegiatan organisasi konstruksi memainkan peran penting dalam membuat keputusan manajerial, karena indikator utama yang menjadi ciri kegiatan organisasi adalah volume biaya dan biaya produksi dihitung berdasarkan data biaya.

Menurut penelitian Prasetyo *et al* (2019) yang dilakukan pada Bunga UD Jaya, Analisis Perhitungan Biaya Produksi Dengan Menggunakan *Full Costing*

Untuk Menetapkan Harga Bunga UD Jaya. Hubungan dengan penelitian melakukan Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* dalam rangka Menentukan Harga Jual UD. Segala aktivitas dalam perusahaan harus didukung oleh manajemen yang baik dalam mengelola sumber informasi sehingga kebijakan yang diterapkan oleh pimpinan akan optimal dalam proses penerapan hasil yang akan dicapai dalam jangka panjang. Salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh manajemen dalam mengelola suatu perusahaan adalah Penentuan harga pokok produksi. Penentuan harga pokok produksi sangat penting mengingat hasil informasi dari perhitungan harga pokok produksi hingga penentuan harga jual yang akan disajikan dalam laporan keuangan.

Menurut penelitian Nugroho (2018) yang dilakukan di CV. Pelangi Advertising, analisis perhitungan harga produksi pada iklan CV. Pelangi. Hubungan penelitian melakukan perbandingan perhitungan harga pokok produksi metode perusahaan dan metode *full costing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara metode perusahaan dan metode *full costing*, dimana hasil metode *full costing* lebih besar. Hal ini dikarenakan pada metode perusahaan terdapat beberapa metode yang belum dimasukkan sehingga akan berpengaruh pada perhitungan harga pokok produksi.

Menurut penelitian Pratiwi et al (2019) yang dilakukan di CV. Batako Anugerah Baubau, Analisis Perhitungan Biaya Produksi Batako Press di CV. Batako Anugerah Baubau, Indonesia. Hubungan penelitian melakukan perhitungan biaya produksi telah dilakukan sesuai perhitungan di CV. Batako Anugerah Baubau lebih mudah daripada perhitungan menurut teori biaya proses. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pimpinan perusahaan yang bersangkutan untuk mengambil keputusan dalam menghitung biaya produksi blok dan sebagai sumber informasi serta memberikan sumbangan pemikiran bagi semua pihak yang membutuhkan.

2.1 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. Biaya adalah

pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau perorangan untuk memperoleh manfaat lebih dari aktivitas yang dilakukam tersebut. Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. Biaya dibagi menjadi dua bagian, yaitu biaya eksplisit dan biaya implisit. Biaya eksplisit adalah biaya yang terlihat secara fisik, misalnya berupa uang. Sementara itu, biaya implisit adalah biaya yang tidak terlihat secara langsung, misalnya biaya kesempatan dan penyusutan barang modal. Biaya dalam arti luas merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Menurut Carter dan Usry (2014:29), mendefinisikan biaya (*cost*) sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat, sehingga dalam akuntansi keuangan, pengeluaran atau pengorbanan pada saat akuisisi yang diwakili oleh penyusutan saat ini atau dimasa yang akan datang berupa bentuk kas atau aktiva lain. Menurut Simamora (2012:36), Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang dapat diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya merupakan kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa yang akan datang bagi organisasi.

Menurut Machfoedz (2015:36) biaya adalah jumlah yang dapat diukur dalam bentuk keuangan dari kas yang dikeluarkan atau kekayaan yang dapat dipindahkan, saham yang dikeluarkan atau hutang yang dibentuk dalam hubungannya dengan barang atau jasa yang diperoleh. Pada umumnya, biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan atau dilakukan ketika sedang dalam proses produksi. Biaya produksi adalah salah satu faktor penting yang menjadi penentu harga sebuah barang atau jasa. Proses akuntansi biaya dapat ditujukan pula untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam perusahaan. Dalam hal ini akuntansi biaya harus memperhatikan karakteristik akuntansi manajemen. Dengan demikian akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi manajemen.

2.2.1.1 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya sangat diperlukan untuk mengembangkan data biaya yang dapat membantu pihak manajemen dalam mencapai tujuannya. Untuk tujuan perhitungan biaya produk dan jasa, biaya dapat diklasifikasikan menurut tujuan khusus atau fungsi-fungsi. Ada 8 (delapan) klasifikasi biaya, yaitu terdiri dari:

1. Unsur Produk

Mengklasifikasikan biaya berdasarkan unsur produk dibedakan atas:

- a. Bahan-bahan: bahan utama yang dipakai dalam produksi yang kemudian diproses menjadi pokok jadi melalui penambahan upah langsung dan FOH (*Front Of House*).
 - 1) Bahan Langsung: semua bahan yang dapat dikenal sampai menjadi produk jadi, dapat dengan mudah ditelusuri dan merupakan bahan utama produk jadi.
 - 2) Bahan Tidak Langsung: semua bahan yang dimasukkan ke dalam proses produksi yang tidak dapat dengan mudah ditelusuri seperti bahan langsung.
- b. Tenaga Kerja/Buruh: usaha fisik atau usaha mental yang dikeluarkan di dalam produksi suatu produk.
 - 1) Tenaga Kerja Langsung: semua tenaga kerja yang secara langsung terlibat dengan produksi produk jadi dan dapat juga ditelusuri dengan mudah, merupakan biaya Tenaga Kerja Langsung/TKL utama dalam menghasilkan suatu produk.
 - 2) Tenaga Kerja Tidak Langsung: semua tenaga kerja yang secara terlibat dalam proses produksi produk jadi, tetapi bukan Tenaga Kerja Langsung (TKL).
- c. *Overhead* Pabrik (FOH): semua biaya yang terjadi di pabrik selain bahan langsung (BB) dan upah Tenaga Kerja Langsung (TKL), merupakan kumpulan dari berbagai rekening yang terjadi didalam eksploitasi pabrik.

2. Hubungan dengan produksi

Mengklasifikasikan biaya berdasarkan hubungan dengan produksi dibagi atas:

- a. Biaya Prima (*Prime Cost*): biaya bahan baku langsung dan biaya Tenaga Kerja Langsung (TKL) dimana biaya tersebut berhubungan langsung dengan produksi.
- b. Biaya Konversi (*Conversion Cost*): biaya yang berhubungan dengan mengolah bahan baku menjadi produk jadi sehingga *conversion cost* (CC) terdiri dari biaya Tenaga Kerja Langsung (TKL) dan *Front Of House* (FOH).

3. Hubungan dengan volume

Mengklasifikasikan biaya berdasarkan hubungan dengan volume, terdiri atas:

- a. Biaya Variabel (*Variable Cost*): biaya yang secara total cenderung berubah-ubah secara proporsional sesuai dengan perubahan volume produksi sedangkan per unitnya cenderung tetap konstan.
- b. Biaya Tetap (*Fixed Cost*): biaya yang didalam unit berubah-ubah dan dalam total selalu konstan, meskipun dalam batas interval tertentu.
- c. Biaya Semi Variabel (*Semi Variable Cost*): biaya yang mengandung dua unsur biaya (Fixed Cost & Variable Cost).
- d. Biaya Penutupan (*Shutdown Cost*): biaya tetap yang akan dibebankan ketika perusahaan tidak melakukan aktivitas produksi.

Pemisah *Semi Variable Cost* (SVC):

- 1) Metode titik terendah dan titik tertinggi (*high and low point method*).
- 2) Metode statistik titik pencar atau titik sebar (*scattergraph*).
- 3) Metode jumlah kuadrat terkecil (*least square*).

4. Pembebanan terhadap departemen

Mengklasifikasikan biaya berdasarkan pembebanan terhadap departemen, terdiri atas:

- a. Departemen Produksi: suatu departemen yang secara langsung memberi kontribusi untuk memproduksi suatu item dan memasukkan departemen dimana proses konversi atau proses produksi berlangsung.
- b. Departemen Jasa: satu departemen yang berhubungan dengan proses produksi secara tidak langsung dan berfungsi memberikan jasa (layanan) untuk departemen lain.

5. Daerah Fungsional

Mengklasifikasikan biaya berdasarkan daerah fungsional, terdiri dari:

- a. Barang Manufaktur: biaya ini berhubungan dengan produksi suatu barang, merupakan jumlah dari biaya bahan baku (BB), Tenaga Kerja Langsung (TKL) dan *Font Of House* (FOH) /*overhead* pabrik.
- b. Biaya Pemasaran: biaya yang dibebankan di dalam penjualan suatu barang atau jasa dari keluarnya barang dari gudang sampai ke tangan pembeli.
- c. Biaya Adminitrasi: biaya yang dibebankan untuk mengarahkan, mengawasi dan mengoperasikan suatu perusahaan dan memasukkan gaji yang dibayar untuk manajemen serta staff pembukuan.

6. Periode Pembebanan terhadap Pendapatan

Mengklasifikasikan biaya berdasarkan Periode Pembebanan terhadap Pendapatan, terdiri dari:

- a. Biaya Produk: biaya yang secara langsung dapat diidentifikasi sampai ke produk jadi, meliputi biaya bahan langsung, Tenaga Kerja Langsung (TKL) dan *Font Of House* (FOH)/*overhead* pabrik.
- b. Biaya Periodik: biaya yang secara tidak langsung berhubungan dengan produk dan karenanya tidak dimasukkan dalam unsur persediaan.
 - 1) *Revenue Expenditure*: jika manfaat biaya hanya satu periode.
 - 2) *Capital Expenditure*: jika manfaat biaya lebih dari satu periode.

7. Pertimbangan Ekonomik

Mengklasifikasikan biaya berdasarkan Pertimbangan Ekonomik, terdiri dari:

- a. Biaya Kesempatan: nilai manfaat yang dapat diukur dan dapat dipilih dengan cara memilih serangkaian tindakan alternative. Hubungannya dengan masa manfaat sama dengan periode pembebanan terhadap pendapatan yaitu: *Revenue Expenditure & Capital Expenditure*.

8. Pertimbangan dengan manajemen puncak

Mengklasifikasikan biaya berdasarkan Pertimbangan dengan manajemen puncak, yang terdiri dari:

- a. Biaya Rekayasa: taksiran unsur biaya yang dibebankan dengan jumlahnya yang paling tepat dan wajar.
- b. Biaya Kebijakan /*Discretionary Cost*: semua unsur biaya yang jumlahnya bervariasi sesuai dengan kebijakan manajer pusat pertanggungjawaban.

- c. Biaya Komite / *Sunk Cost*: biaya yang merupakan konsekuensi komitmen yang sebelumnya telah dibuat dan yang tidak dapat dihindarkan.

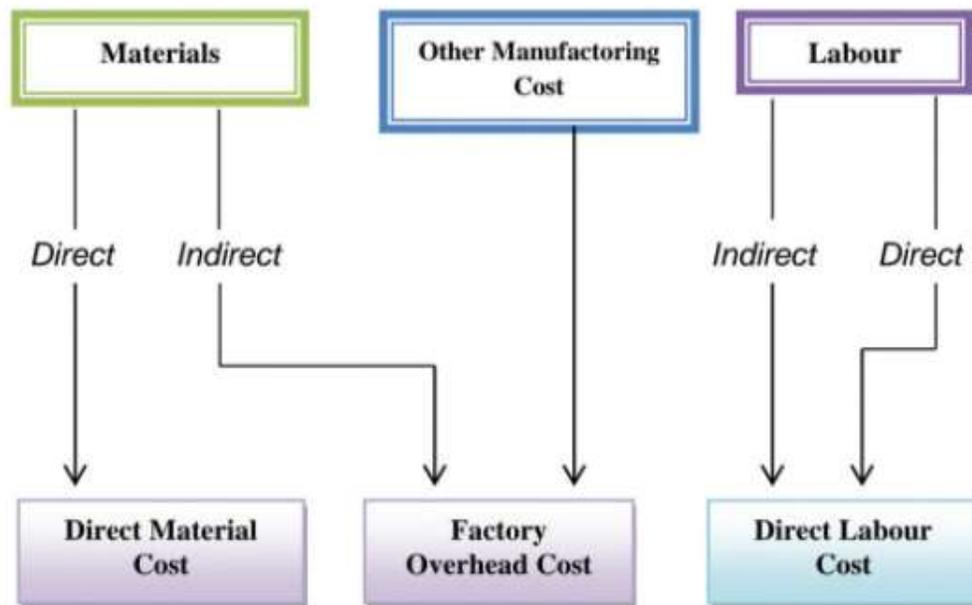
2.2.1.2 Penggolongan Biaya

Ada berbagai macam prnggolongan biaya yang dihubungkan dengan tujuan penggunaannya. Dengan demikian biaya dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Penggolongan biaya yang dihubungkan dengan elemen biaya suatu produk. Tujuannya ialah untuk mengetahui harga pokok dan pertanggung jawaban biaya pada pusat-pusat biaya.

Elemen biaya produksi (*manufacturing*) digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Elemen biaya produksi



Sumber : I Gusti Putu Darya, MM (2019)

Keterangan :

- a. Bahan Baku, adalah bahan yang diproses yang menjadi barang jadi dengan tambahan tenaga kerja dan *factory overhead*.

Direct Materials, adalah bagian terbesar dari suatu barang jadi yang mudah diidentifikasi.

Indirect Materials, adalah bahan penolong yang digunakan dalam pembuatan produk jadi.

- b. *Labour*, adalah tenaga kerja langsung yang terlibat dalam produksi dari suatu produk.

Direct Labour, adalah tenaga kerja langsung yang terlibat dalam proses produksi dari suatu produk.

Indirect Labour, adalah tenaga kerja yang secara tidak langsung terlibat dalam proses produksi dari suatu produk.

- c. *Factory Overhead*, adalah semua biaya bahan baku tak langsung, biaya tenaga kerja tak langsung, biaya tak langsung lainnya yang digunakan dalam proses produksi suatu barang.

2. Penggolongan biaya yang dihubungkan dengan fungsi-fungsi suatu perusahaan. Tujuannya untuk mengetahui pusat-pusat biaya untuk perencanaan dan pengawasan. Ada tiga fungsi perusahaan industry dan biaya yang terjadi adalah sebagai berikut:

- a. *Prime Cost*, adalah biaya utama yang langsung dibebankan kepada produk yaitu biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.
- b. *Conversion Cost*, adalah biaya yang digunakan untuk merubah bahan baku menjadi barang jadi yaitu biaya tenaga kerja langsung.
- c. *Biaya Overhead Pabrik*

Menurut Mulyadi (2014:14), biaya digolongkan sebagai berikut;

- 1) Menurut Objek Pengeluaran. Penggolongan ini merupakan penggolongan yang paling sederhana, yaitu berdasarkan penjelasan singkat mengenai suatu objek pengeluaran, misalnya pengeluaran yang berhubungan dengan telepon disebut biaya telepon.
- 2) Menurut fungsi pokok dalam perusahaan, biaya dapat digolongkan menjadi tiga kelompok, yaitu:
 - a) *Biaya Produksi*, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produk atau kegiatan pengolahan bahann baku menjadi produk

- selesai. Biaya produksi dapat digolongkan kedalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.
- b) Biaya Pemasaran, adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, contohnya iklan, biaya promosi, biaya sampel, dll.
 - c) Biaya Administrasi dan Umum, yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk, contohnya gaji bagian akuntansi, gaji personalia, dll.
- 3) Menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai. Ada dua golongan, yaitu:
- a) Biaya Langsung (*direct cost*), merupakan biaya yang terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena ada sesuatu yang harus dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
 - b) Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*), adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung dikenal sebagai biaya *overhead* pabrik.
- 4) Menurut perilaku dalam kaitannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dibagi menjadi empat, yaitu:
- a) Biaya tetap (*Fixed Cost*), biaya yang jumlahnya tetap konstan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu. Contohnya: gaji direktur produksi.
 - b) Biaya *Variabel* (*Variable cost*), biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas, contoh; biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
 - c) Biaya *semi variabel* (*Semi Variable Cost*), adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - d) Biaya *Semi Fixed*, adalah biaya uang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

- 5) Menurut jangka waktu manfaatnya, biaya dapat digolongkan menjadi dua bagian sebagai berikut;
- a) Pengeluaran modal (*capital expenditure*), biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pada saat terjadi dibebankan sebagai harga pokok aktiva dan dibebankan dalam tahun pelaksanaannya.
 - b) Pengeluaran pendapatan (*revenue expense*), merupakan biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi untuk terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya yang diperoleh dari pengeluaran biaya.

2.2.2. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah daftar biaya produksi yang harus dikeluarkan perusahaan pada periode tertentu. Di dalamnya terkait dengan biaya pengadaan bahan baku, alat produksi, bahan pendukung produksi dan lain sebagainya. Jika harga pokok ini sudah ketemu, pihak perusahaan akan lebih mudah untuk menentukan harga produk. Paling tidak, harga produk yang akan dijual sudah diperhitungkan secara cermat antara laba dan rugi yang bakal muncul dari penjualan yang dilakukan.

Menurut penelitian Mulyadi (2013) harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa selama periode bersangkutan. Dengan kata lain bahwa harga pokok produksi merupakan biaya untuk memperoleh barang jadi yang siap dijual. Menurut Bustami dan Nurlela (2012:49) harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu. Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah seluruh biaya produksi yang digunakan pada sehubungan dengan proses produksi dalam periode waktu tertentu. Harga pokok produksi meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

2.2.2.1. Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Unsur-unsur dalam perhitungan harga pokok produksi suatu perusahaan menurut penelitian Sujarweni (2015:11) antara lain :

1. Biaya bahan baku langsung (*raw material cost*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku utama yang dipakai untuk memproduksi barang. Contoh: biaya pembelian kain kaos di perusahaan konveksi.
2. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja utama yang langsung berhubungan dengan produk yang diproduksi dari bahan baku mentah menjadi barang jadi. Contoh: biaya untuk membayar pegawai yang langsung membuat kaos.
3. Biaya *overhead* pabrik (*manufactured overhead cost*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang, selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik terdiri dari:
 - a. Biaya bahan tidak langsung, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu produk, namun pemakaiannya sedikit. Contoh: biaya untuk pembelian benang.
 - b. Biaya tenaga kerja tidak langsung, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membayar gaji tenaga kerja, namun tenaga kerja tersebut secara tidak langsung mempengaruhi pembuatan barang jadi. Contoh: biaya untuk membayar pengawas produksi.
 - c. Biaya tidak langsung lainnya, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang yang secara tidak langsung berkaitan dengan produksi barang. Contoh: biaya listrik untuk menghidupkan mesin jahit listrik untuk membuat kaos.

2.2.2.2. Manfaat Harga Pokok Produksi

Menurut penelitian Mulyadi (2012:65) Manfaat harga pokok produksi adalah sebagai berikut:

1. Menentukan harga jual produk, dalam penentuan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan disamping informasi biaya lain serta informasi non biaya.

2. Memantau realisasi biaya produk, jika rencana produksi untuk jangka waktu tertentu telah diputuskan untuk dilaksanakan, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan didalam pelaksanaan rencana produksi tersebut. Oleh karena itu, akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.
3. Menghitung laba atau rugi periode, untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba atau mengakibatkan rugi. Manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu.
4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca, pada saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggungjawaban keuangan periode, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi. Didalam neraca, manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok yang ada tanggal neraca masih dalam proses.

2.2.3 Harga Jual

Harga jual adalah besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen yang diperoleh atau dihitung dari biaya produksi ditambah biaya non produksi dan laba yang diharapkan. Harga jual (*selling price*) adalah harga jual meliputi biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan distribusi, ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan.

Menurut pendapat Abdurrahman (2015:109) secara sederhana definisi harga adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Harga juga dapat dikatakan sebagai suatu penentuan nilai barang di benak konsumen. Menurut Sudaryono (2016) harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu.

Menurut beberapa definisi diatas mengenai harga jual, dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi suatu barang maupun jasa ditambah dengan persentase laba yang perusahaan inginkan, oleh karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh

perusahaan tersebut salah satu cara yang dilakukan yang menarik minat konsumen ialah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk setiap produk yang terjual. Yang dimaksud harga yang tepat ialah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang atau jasa, dan harga tersebut bisa memberikan kepuasan kepada konsumen.

2.2.3.1 Tujuan Penetapan Harga Jual

Dalam menetapkan tujuan harga, produsen harus menghubungkannya dengan strategi perusahaan secara menyeluruh. Adapun secara umum tujuan penetapan harga ialah sebagai berikut:

Gambar 2.2
Tujuan Penetapan Harga



Sumber: Ilmu Ekonomi ID (2016)

Keterangan:

1. Mempertahankan kualitas produk atau diferensiasi pelayanan, jika persaingan dalam industri bisnis yang sama sudah sangat banyak dan sangat kuat maka salah satu teknik yang bisa digunakan untuk menjaga pangsa pasar konsumen ialah dengan cara penyesuaian harga menjadi lebih murah. Dengan penurunan harga yang lebih murah dari pesaing maka akan membuat konsumen tetap setia dengan produk yang perusahaan jual.
2. Memaksimalkan penjualan dan penetrasi pasar, agar dapat menarik perhatian para konsumen yang menjadi target market atau target pasar maka perusahaan sebaiknya menetapkan harga serendah mungkin. Dengan begitu, maka peningkatan permintaan yang juga datang dari *market share* pesaing atau kompetitor akan terpacu.
3. Mendapatkan atau memaksimalkan keuntungan, penetapan harga umumnya memperhitungkan tingkat keuntungan yang ingin diperoleh dengan perusahaan. Semakin besar margin keuntungan yang ingin diperoleh, maka akan tinggi pula harga pokok produk yang diterapkan untuk konsumen. Oleh karena itu dalam menetapkan harga sebaiknya juga turut memperhitungkan daya beli konsumen serta variabel-variabel lain yang dipengaruhi harga agar keuntungan yang diperoleh dapat maksimal.
4. Menjaga keberlangsungan hidup kegiatan operasional, perusahaan yang baik akan menetapkan harga dengan memperhitungkan segala kemungkinan yang ada agar tetap mempunyai dana yang cukup untuk tetap menjalankan aktivitas atau usaha bisnis yang sedang dijalani.
5. Mendapatkan atau merebut *market share*/pangsa pasar
6. Balik modal ROI (*Return On Investment*), setiap usaha pasti menginginkan tingkat pengembalian modal yang tinggi dapat dicapai dengan cara menaikkan *profit margin* dan meningkatkan angka penjualan.

2.2.4. Pengertian Laba

Istilah lain yang kerap digunakan untuk menggantikan kata laba adalah keuntungan ataupun *profit*. Definisi laba dari sudut pandang ilmu ekonomi murni adalah peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil dari

penanaman modal setelah dikurangi biaya-biaya terkait penanaman modal tersebut. Namun, jika melihat dari sudut pandang akuntansi, laba merupakan selisih harga penjualan dengan biaya produksi. Pada umumnya, laba kerap kali menjadi ukuran yang digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan atau badan usaha yaitu dengan melihat laba yang telah diperoleh dari perusahaan tersebut.

L.M. Samryn (2012:429), menyatakan bahwa pengertian laba adalah sumber dana internal yang dapat diperoleh dari aktivitas normal perusahaan yang tidak membutuhkan biaya ekstra untuk penyimpanan dan penggunaannya. Menurut Wild dan Subramanyam (2014:25), menyatakan bahwa pengertian laba (*earnings*) atau laba bersih (*net income*) mengindikasikan profitabilitas perusahaan. Laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang ekuitas untuk periode bersangkutan, sementara pos-pos dalam laporan merinci bagaimana laba didapat.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa laba merupakan keuntungan yang didapat dari aktivitas usaha. Keuntungan tersebut diperoleh dari pendapatan dikurangi biaya-biaya produksi. Laba dapat diartikan sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang ataupun jasa.

2.2.5 Pengertian UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat. UMKM mampu berperan dalam proses pemerataan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Berdasarkan UU No. 9 Tahun 1999 tentang Usaha Kecil sebagaimana diubah ke Undang - Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, maka pengertian UMKM dalam pasal 1 adalah sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah 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 ini.

3. Usaha Menengah adalah 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.
4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, saha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
5. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Peran UMKM dalam perekonomian global saat ini diharapkan terus meningkat, seiring dengan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh UMKM antara lain sifatnya fleksibel, adaptis, kemampuan menyerap tenaga kerja dengan pendidikan yang beragam serta mampu bertahan dengan segala situasi ekonomi termasuk ketika kondisi ekonomi negara saat sulit. Stabilitas pembangunan dan kondisi politik, hukum dan keamanan yang kondusif diharapkan semakin meningkatkan daya kompetitif, bersaing dalam dunia ekonomi global yang bergerak semakin cepat. Untuk mencapai hal tersebut sangat penting untuk menyusun rencana dan langkah strategis yang mesti dilakukan oleh pengusaha dalam lingkup UMKM sehingga mampu berkompetisi dalam persaingan ekonomi global. Salah satu bidang ekonomi yang saat ini diyakini mampu membawa gerbong percepatan pertumbuhan kesejahteraan adalah ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif atau ekraf merupakan rangkaian kegiatan ekonomi yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, bakat individu, pengetahuan dan keterampilan dengan tujuan menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mencapai kesejahteraan dengan menghasilkan dan mengeksplotasi daya kreasi dan daya cipta individu.

Pengaruh utama ekonomi kreatif dalam rencana pembangunan nasional dilaksanakan melalui pengembangan ekosistem ekonomi kreatif yang memberikan nilai tambah pada produk ekonomi kreatif yang berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum. Bentuk perlindungan hukum tersebut antara lain melalui Hak Kekayaan Intelektual. UMKM pada umumnya memiliki berbagai keterbatasan antara lain sumber daya manusia, akses informasi, dan anggaran, sehingga sangat tepat jika UMKM secara sungguh - sungguh berkecimpung dalam bidang ekonomi kreatif. Berbeda dengan bidang industri yang cenderung membutuhkan anggaran dalam jumlah besar, ekonomi kreatif modal utamanya adalah ide dan gagasan.

Semua pihak berkeinginan agar UMKM berkembang dengan pesat. Akan tetapi dengan segala keterbatasan, UMKM harus menghadapi serangkaian kendala yang memperlambat perkembangan UMKM sekaligus menghambat laju pertumbuhan ekonomi nasional. Hambatan tersebut terutama dari segi hukum khususnya perlindungan UMKM dibidang Hak Kekayaan Intelektual. Hak Kekayaan Intelektual atau HKI dipahami sebagai suatu hak yang timbul dari hasil olah pikir secara berkesinambungan dan menghasilkan suatu proses atau produk yang berguna untuk manusia. Secara singkat kekayaan intelektual dipahami sebagai hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu rakyat melalui semakin tingginya partisipasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah, yang merupakan bagian integral dunia usaha nasional.

2.2.5.1 Kriteria UMKM

Untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan, perlu diketahui kriteria-kriterianya terlebih dahulu. Hal ini penting digunakan untuk pengurusan surat izin usaha kedepannya dan juga menentukan besaran pajak yang akan dibebankan kepada pemilik UMKM. Lebih lanjut dijelaskan pada pasal 6 UU No. 20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
 3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.2.5.2 Kondisi UMKM di Indonesia

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) diakui memainkan peranan vital didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di negara-negara berkembang dan negara maju. Sebagai negara berkembang, Indonesia mengakui bahwa keberadaan UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian. Terlebih setelah krisis moneter tahun 1997, UMKM menjadi perhatian pemerintah dan masyarakat karena daya tahannya yang kuat terhadap krisis moneter tersebut.

Selama krisis terjadi UMKM sebagai katup pengaman bagi perekonomian nasional. Hal ini terasa sekali ketika Indonesia dilanda krisis multidimensi, ketika usaha skala besar masih berkuat dengan masalah ketergantungan pada pinjaman luar negeri, yang makin membengkak pada saat krisis. Pengembangan UMKM yang fleksibel justru menikmati kondisi krisis moneter khususnya bagi usaha yang bergerak yang berorientasi pasar luar negeri (ekspor). Ketika terjadi krisis, maka merekalah yang menggerakkan ekonomi Indonesia.

Ada empat karakteristik mengapa UMKM mampu bertahan selama krisis berikut:

1. Sebagian besar UMKM menghasilkan barang-barang konsumsi (*consumer goods*) khususnya yang tidak tahan lama (*non-durable consumer goods*). Kelompok barang ini dicirikan apabila terjadi peningkatan pendapatan masyarakat, permintaan terhadap barang ini meningkat banyak. Begitu juga sebaliknya, jika pendapat masyarakat merosot sebagai akibat dari krisis, maka permintaan pun tidak berkurang banyak.
2. Mayoritas UMKM lebih mengandalkan pada pembiayaan *non-banking* dalam aspek pendanaan usaha. Saat perbankan terpuruk akibat krisis, usaha ini tidak terpengaruh.
3. Umumnya usaha ini melakukan spesialisasi yang ketat, yaitu hanya memproduksi barang atau jasa tertentu kebalikan dari konglomerasi. UMKM mengarah pada pasar persaingan sempurna dimana kondisi keluar-masuk pasar kerap terjadi spesialisasi dan struktur pasar tersebut membuat UMKM cenderung fleksibel dalam memilih dan berganti usaha.
4. Usaha kecil informal baru muncul karena banyaknya pemutusan hubungan kerja dimasa-masa krisis. Selain itu, daya tahan UMKM tercipta karena mereka tidak banyak memiliki ketergantungan pada faktor eksternal, seperti utang dalam valuta asing dan bahan baku impor dalam melakukan kegiatan usahanya, sebab umumnya UMKM menggunakan bahan baku dari sumber alam lokal.

Gambar 2.3
Perkembangan UMKM Indonesia (2015-2018)

Indikator	2015	2016	2017	2018
Jumlah UMKM (unit)	59.260.000	61.650.000	62.922.617	64.194.057
Tenaga kerja (orang)	123.230.000	112.890.000	116.431.224	116.978.631
PDB Konstan (Rp. Triliun)	1.655,43	5.171,06	5.445,56	5.721,14
PDB harga Berlaku (Rp. Triliun)	6.228,29	7.009,28	7.820,28	8.573,89
Ekspor non migas (Rp. Triliun)	185,98	255,13	301,62	293,84
Investasi Harga Berlaku (Rp. Triliun)	1.818,75	2.057,97	2.377,41	2.564,54
Produktivitas UMKM per unit usaha (unit)	27.930.000	83.880.000	86.220.000	124.300.000
Produktivitas UMKM per Tenaga Kerja (unit)	13.430.000	45.830.000	46.500.000	68.320.000

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM (2019)

Gambar 2.4
Perkembangan UMKM di Indonesia tahun 2017-2018



Sumber: Dr. Dindin Abdurrahim BS, S.Sos, MM, M.Si (2020)

Kontribusi UMKM terhadap pembangunan ekonomi Indonesia perlu untuk terus ditingkatkan. Hal ini sejalan dengan peran UMKM dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), bahwa UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan

kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, UMKM juga merupakan salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat.

2.2.6 Metoda Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Penentuan Harga Jual pada UMKM

2.2.6.1 Full Costing

Full costing adalah metode penentuan harga pokok produk dengan memasukkan seluruh komponen biaya produksi sebagai unsur harga pokok, yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* pabrik tetap.

Menurut Mulyadi (2012: 17), *Full costing* merupakan metode penentuan harga produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa *Full Costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi dimana semua biaya produksi diperhitungkan kedalam harga pokok produksi. Sehingga tidak membedakan antara biaya produksi variabel dan biaya produksi tetap. Dikarenakan seluruh biaya produksi tetap dan variabel dimasukkan kedalam harga pokok produksi, maka akan ada biaya tetap yang masih melekat pada produk yang belum laku terjual. Sehingga biaya tetap yang masih melekat pada produk yang belum laku terjual tidak dibebankan pada periode yang seharusnya.

2.2.6.2. Karakteristik Full Costing

Tujuan dari penggunaan metode harga pokok pesanan (*full costing*) adalah untuk menentukan harga pokok produk dari setiap pesanan baik harga pokok secara keseluruhan dari tiap-tiap pesanan maupun untuk per-satuan. Karakteristik dari metode harga pokok pesanan (*full costing*) adalah:

1. Karakteristik usaha perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan pada perusahaan yang proses produksinya berdasarkan pesanan, perusahaan tersebut hanya akan memproduksi apabila perusahaan itu mendapatkan pesanan dari pihak klien. Karakteristik usaha yang terdapat pada perusahaan tersebut adalah:
 - a. Proses pengolahan produk terjadi secara terputus-putus. Misalnya disuatu perusahaan ada 2 pesanan, ketika pesanan yang pertama telah dibuat lalu selesai dikerjakan maka proses produksi akan dihentikan lalu dilanjutkan dengan pesanan kedua dengan cara yang sama.
 - b. Produk dihasilkan sesuai dengan kriteria atau keinginan pemesan. Pemesan atau klien dapat memesan produk berdasarkan keinginan masing-masing sehingga produk pesanan kemungkinan besar dapat disebut limited edition karena berbeda dengan pesanan lain.
 - c. Produksi dibuat untuk memenuhi pesanan bukan untuk memenuhi stock barang digudang.
2. Karakteristik metode harga pokok pesanan. Karakteristik metode harga pokok pesanan merupakan metode pengumpulan biaya produksi dengan metode harga pokok pesanan yang barang produksinya berdasarkan pesanan dari pelanggan. Karakteristik metode harga pokok pesanan yaitu:Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan keinginan pelanggan serta setiap jenis produk dihitung harga pokoknya secara masing-masing. Biaya produksi harus digolongkan menjadi 2 kelompok yaitu biaya produksi langsung dan tidak langsung. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung terdiri dari BOP (*Biaya Overhead Pabrik*). Biaya produksi langsung diperhitungkan sebagai harga pokok pesanan tertentu berdasarkan biaya yang benar-benar terjadi sedangkan biaya *overhead* pabrik diperhitungkan terhadap harga pokok pesanan sesuai dengan tarif yang sudah ditentukan diawal. Harga pokok produksi per unit dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan.

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian

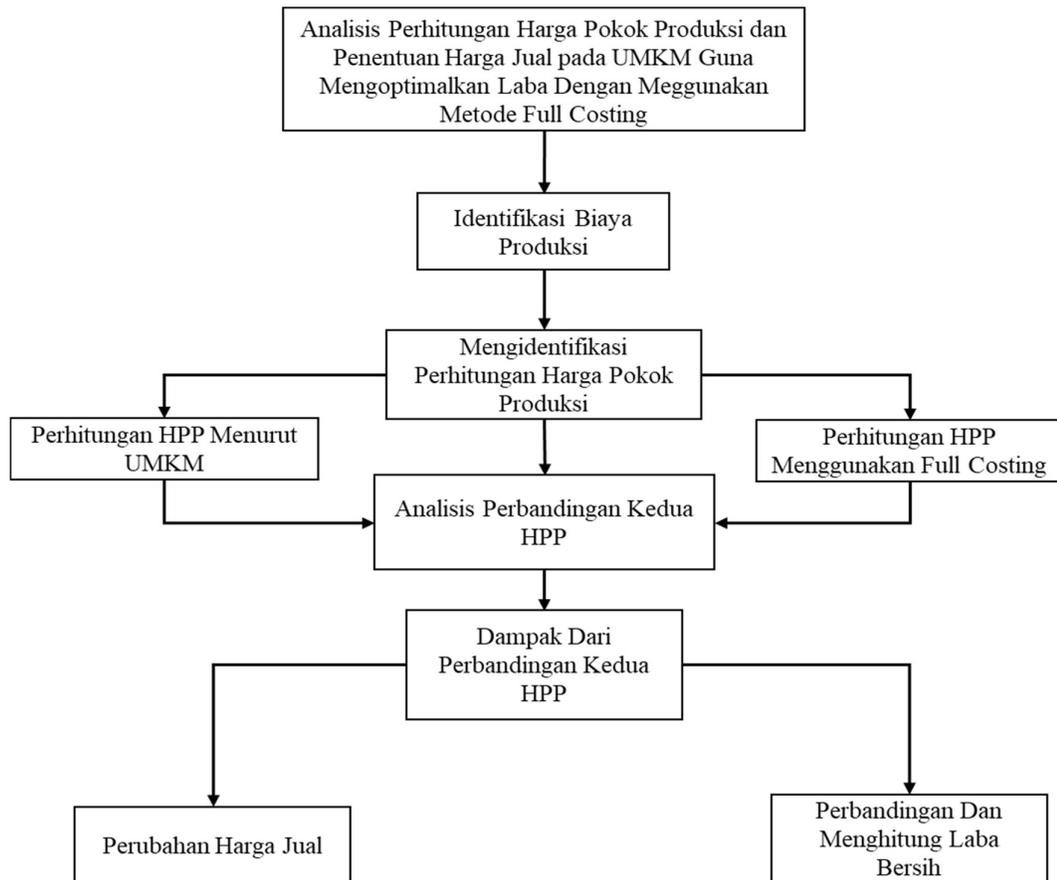
Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau konsep antara satu terhadap konsep yang lain dari masalah yang ingin diteliti. Konsep kerangka ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapatkan dari konsep ilmu atau teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang didapat pada tinjauan pustaka atau kalau boleh dikatakan oleh penulis merupakan ringkasan dari tinjauan pustaka yang dilayani dengan garis sesuai variabel yang diteliti.

Menurut Suriasumantri (2016: 39) seorang peneliti harus menguasai teori teori ilmiah sebagai dasar bagi argumentasi dalam menyusun kerangka pemikiran yang membuahkan hipotesis. Kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala gejala yang menjadi obyek permasalahan.

Kerangka konsep merupakan susunan konstruksi logika yang diatur dalam rangka menjelaskan variabel yang diteliti. Dimana, kerangka ini dirumuskan untuk menjelaskan konstruksi aliran logika untuk mengkaji secara sistematis kenyataan empirik. kerangka pemikiran /kerangka konseptual ini ditujukan untuk memperjelas variabel yang diteliti sehingga elemen pengeukurnya dapat dirinci secara kongkrit.

Gambar 2.3

Kerangka konseptual Penelitian



Keterangan :

Berdasarkan kerangka penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada UMKM Desa Sumber Jaya, peneliti melakukan identifikasi biaya produksi dan mengidentifikasi perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode perhitungan harga pokok produksi UMKM dan metode *full costing*, setelah melakukan perbandingan kedua harga pokok produksi tersebut bagaimana harga jual pada produk, setelah itu bagaimana dampak dari perbandingan kedua harga pokok produksi tersebut. Kemudian dapat ditentukan apakah ada selisih antara kedua harga pokok produksi yang signifikan atau tidak. Setelah itu menghitung dan menentukan harga jual yang didapatkan oleh pelaku UMKM dengan menggunakan metode *full costing* guna menghasilkan laba yang maksimal.