

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Definisi UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang biasa disebut UMKM adalah usaha yang dijalankan oleh individu atau badan usaha dalam skala kecil. UMKM adalah bisnis yang umumnya dikelola oleh individu yang baru merintis usaha. Menurut undang-undang Nomor 9 Tahun 1999 yang telah diubah menjadi Undang-undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (dalam Santosa & Budi, 2021), Usaha mikro adalah jenis usaha yang dimiliki oleh individu, di mana upaya itu telah tercapai kriteria bisnis yang diatur dalam Peraturan. Usaha kecil adalah bentuk usaha yang berdiri sendiri, di mana usaha itu dilaksanakan oleh individu atau entitas usaha yang tidak termasuk dalam perusahaan afiliasi berukuran menengah hingga dewasa. Usaha menengah adalah jenis usaha ekonomi yang mandiri, usaha tingkat ini hampir serupa dengan usaha kecil, hanya total harta laba bersih atau hasil penjualan tahunan yang dimiliki sesuai dengan yang sudah diatur dalam undang-undang. Usaha besar adalah bentuk usaha ekonomi yang dilaksanakan oleh lembaga usaha, di mana total harta pendapatan bersih atau penjualan tahunan melampaui usaha ekonomi menengah. Usaha ini bisa mencakup usaha milik negara atau pribadi, atau upaya luar negeri yang dilakukan di Indonesia. Dunia usaha didefinisikan sebagai usaha mikro,

kecil, menengah dan bisnis besar yang menjalankan usaha di Indonesia dan tinggal di Indonesia.

2. Kriteria UMKM

Pelaku UMKM di Indonesia memiliki peranan penting dalam memajukan perekonomian Negara Indonesia. Pemerintah telah merilis serangkaian kebijakan dan peraturan spesifik untuk UMKM. Pada tahun 2007, dikeluarkan Inpres No. 6/2007 tentang Paket Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Inpres ini berisi poin-poin penting dalam reformasi kebijakan yang mencakup: peningkatan iklim investasi, perubahan di sektor keuangan, percepatan pembangunan sarana dan prasarana, serta penguatan UMKM. Pada tahun 2008, diterbitkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Berikut adalah pengelompokan UMKM berdasarkan aset dan omzet sesuai dengan UU No 20 Tahun 2008 (Johannes, 2020):

- a. Usaha Mikro adalah kegiatan produktif yang dimiliki oleh individu dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi syarat Usaha Mikro sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang ini. Usaha mikro jika aset usaha maksimal Rp 50 juta, serta omzetnya maksimal Rp 300 juta.
- b. Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi yang berfungsi secara mandiri, dilakukan oleh individu atau entitas yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan lainnya, yang dimiliki, dikuasai, atau terkait baik secara langsung maupun tidak langsung

dengan usaha menengah atau besar, yang memenuhi definisi Usaha Kecil sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang ini. Usaha kecil jika aset usaha $\geq$ Rp 50 juta - Rp 500 juta, serta omzetnya $\geq$ Rp 300 juta - Rp 2,5 miliar.

- c. Usaha Menengah adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh individu atau jenis badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau terikat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar, serta memiliki jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha menengah jika aset usaha $\geq$ Rp 500 juta - Rp 10 miliar, serta omzetnya $\geq$ Rp 2,5 miliar - Rp 50 miliar.

3. Ciri-Ciri UMKM

Menurut Evi Sirait et al. (2024) UMKM memiliki ciri ciri sebagai berikut: Tipe komoditas yang dikelola tidak konsisten dan bisa berubah kapan saja, lokasi operasional bisa saja berubah kapan saja, belum melaksanakan administrasi dalam menjalani usahanya bahkan sering kali sulit untuk membedakan antara kebutuhan finansial individu dan kebutuhan finansial bisnis, sumber daya manusia (SDM) tidak cukup memiliki semangat kewirausahaan. Umumnya tingkat pendidikan sumber daya manusianya masih tidak tinggi, dan para pelaku UMKM umumnya belum memiliki akses ke perbankan tetapi ada juga yang sudah menjalin kerja sama dengan lembaga keuangan non-bank.

2.2 Ruang Lingkup Biaya

1. Pengertian Biaya

Biaya merupakan suatu fondasi dan modal untuk memperoleh bahan atau melakukan pertukaran barang dalam sebuah proyek (Harahap, 2021). Menurut Mulyadi (dalam Rozi & Shuwiandi, 2022) biaya merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi yang dinilai dalam nilai uang yang telah ada atau mungkin akan ada untuk kepentingan tertentu. Menurut Supriyono (dalam Rozi & Shuwiandi, 2022) menyatakan bahwa "biaya merupakan nilai perolehan yang dikorbankan atau dimanfaatkan untuk mendapatkan pendapatan dan akan digunakan sebagai pengurang pendapatan". Menurut Kholmi (dalam Tandi & Dambe, 2022), biaya diartikan sebagai pengorbanan sumber daya atau nilai setara uang yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan keuntungan baik saat ini maupun di masa yang akan datang.

Menurut Daljono (dalam Purwanto, 2020) mendefinisikan biaya sebagai satu pengorbanan sumber ekonomi yang dinilai dalam bentuk satuan uang, untuk memperoleh barang atau layanan yang diharapkan dapat memberikan manfaat atau keuntungan di waktu sekarang atau di masa yang akan datang. Menurut Hernanto (dalam Tandi & Dambe, 2022), biaya diartikan sebagai sejumlah uang yang berasal dari sumber-sumber ekonomi yang dikorbankan baik yang telah terjadi maupun yang akan terjadi demi memperoleh sesuatu atau mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Horngren, Datar & Foster (dalam Alfitroh et al., 2024) menjelaskan bahwa

biaya (cost) merupakan sumber daya yang dipertaruhkan atau dikeluarkan untuk memperoleh suatu keuntungan dalam mencapai sasaran tertentu, biasanya diukur dalam nilai uang yang perlu dibayarkan untuk mendapatkan produk atau layanan. Menurut Sugiri (dalam Alfitroh et al., 2024), biaya adalah nilai yang disetujui oleh para pihak yang bertransaksi saat transaksi dilakukan.

2. Pengklasifikasian Biaya

Pengklasifikasian biaya menurut Bustami dan Nurlela (dalam Harjanti & Murwanti, 2021) menjelaskan bahwa biaya yang digunakan dalam proses produksi meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* pabrik. Sementara itu, menurut Mulyadi (dalam Harjanti & Murwanti, 2021) menjelaskan biaya dikelompokkan berdasarkan beberapa kriteria pengklasifikasi antara lain:

1. Biaya Berdasarkan Obyek Pengeluarannya. Contohnya, pengeluaran untuk obyek telepon disebut biaya telepon; pengeluaran untuk obyek air disebut biaya air, pengeluaran untuk obyek gaji karyawan disebut biaya gaji karyawan, dan seterusnya berdasarkan obyek pengeluarannya.
2. Biaya Berdasarkan Fungsi Pokok Dalam Perusahaan.
 - a. Biaya Produksi, merupakan biaya yang terkait dengan proses produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.
 - b. Biaya Pemasaran, adalah biaya untuk memasarkan produk.

- c. Biaya Administrasi dan Umum, adalah biaya yang mengatur hubungan antara biaya produksi dan biaya pemasaran.
3. Biaya Berdasarkan Hubungannya Dengan Yang Dibiayai, yang mencakup:
 - a. Biaya Langsung, yaitu biaya yang berhubungan langsung dengan proses produksi seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
 - b. Biaya Tidak Langsung, yaitu biaya yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi seperti biaya *overhead* pabrik.
 4. Biaya Yang Berkaitan Dengan Perubahan Volume Produksi, dibagi menjadi empat kategori, di antaranya adalah:
 - a. Biaya Tetap, yaitu biaya yang sifatnya tetap meskipun ada perubahan dalam volume produksi. Misalnya biaya sewa, biaya asuransi.
 - b. Biaya *Variable*, yaitu biaya yang sifatnya berubah-ubah seiring dengan perubahan volume produksi. Misalnya, biaya bahan baku serta biaya tenaga kerja langsung.
 - c. Biaya *Semi Variabel*, yaitu biaya yang bersifat tetap tetapi tidak sebanding dengan perubahan jumlah produksi.

Biaya produksi menurut Kastara et al. (2024) dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Baku Langsung, yaitu biaya yang dapat dikenali terkait dengan produk atau jasa yang dihasilkan. Pembebanan biaya ini dapat

dilakukan langsung pada produk karena konsumsi bahan baku oleh setiap produk dapat diamati secara fisik.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung, adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi produk. Biaya tersebut dapat ditelusuri secara langsung ke produk setelah produk jadi. Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Langsung disebut sebagai biaya utama atau *prime cost*
3. Biaya *overhead* pabrik, merupakan biaya produksi di luar biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, namun dapat dimanfaatkan untuk mengubah bahan menjadi produk jadi. Biaya *Overhead* Pabrik, Biaya Bahan Baku Tidak Langsung dan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung sering disebut sebagai biaya konversi atau *conversion cost*, yang merupakan biaya yang dibutuhkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap dipasarkan.

2.3 Konsep Harga Pokok Produksi

1. Definisi Harga Pokok Produksi

Menurut Siregar (dalam Puspitasari et al., 2021), “Harga pokok produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi”. Menurut Firmansyah (dalam Tandi & Dambe, 2022) Harga pokok produksi merupakan total dari semua pengorbanan sumber daya ekonomi yang dipakai dalam mengolah bahan baku menjadi produk akhir. Biaya produksi mencakup semua bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Umumnya, biaya bahan baku langsung dan

biaya tenaga kerja langsung dikenal sebagai biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya *overhead* disebut biaya konversi (*conversion cost*). Biaya-biaya ini dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah total biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi, meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

2. Tujuan Harga Pokok Produksi

Menurut Purwanto (2020) Informasi mengenai harga pokok produksi yang dihitung untuk periode tertentu memberikan keuntungan bagi pengelolaan untuk menentukan harga penjualan barang, mengawasi pelaksanaan biaya produksi, menghitung keuntungan atau kerugian berkala, menetapkan harga persediaan utama barang jadi dan produk dalam tahapan yang ditampilkan dalam laporan neraca. Tujuan harga pokok produksi menurut Mulyadi (dalam Lumowa et al., 2020) adalah sebagai berikut:

- a. Biaya produksi, adalah salah satu informasi yang diperhitungkan selain informasi non produksi dalam penetapan harga jual barang yang dijual
- b. Untuk mengawasi pelaksanaan biaya produksi
- c. Menghitung keuntungan dan kerugian kotor perusahaan dalam periode tertentu
- d. Menetapkan harga produk utama dalam proses serta produk yang telah selesai disajikan dalam format neraca

3. Manfaat Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (dalam Tandi & Dambe, 2022), manfaat dari harga pokok produksi adalah sebagai berikut:

a. Menentukan Harga Jual Produk

Dalam menentukan harga jual produk, biaya produksi per unit adalah salah satu informasi yang dipertimbangkan selain informasi biaya lainnya serta informasi non biaya. Dengan demikian, bisnis dapat menetapkan harga jual yang diinginkan oleh perusahaan.

b. Memantau realisasi biaya produksi

Akuntansi biaya berfungsi untuk mengumpulkan data biaya produksi yang mencakup total biaya produksi sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan demikian, perusahaan dapat mengawasi biaya produksi yang dikeluarkan.

c. Menghitung laba atau rugi periode

Untuk menentukan apakah aktivitas produksi dan pemasaran usaha dalam jangka waktu tertentu dapat menghasilkan keuntungan atau menyebabkan kerugian, manajemen membutuhkan data mengenai biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tersebut

4. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Metode perhitungan Harga Pokok Produksi ada 3, yaitu *Full Costing*, *Variabel Costing*, dan *Activity Based Costing* (ABC). Berikut penjelasan dari masing-masing metode:

a. Metode *Full Costing*

Menurut Mulyadi (dalam Harjanti & Murwanti, 2021), metode *full costing* adalah cara untuk menentukan biaya produksi yang mencakup semua elemen biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang bersifat variabel maupun tetap. Perhitungan harga pokok produksi menurut metode *Full Costing* yaitu sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	XXX
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XXX
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	XXX
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	<u>XXX +</u>
Harga Pokok Produksi	XXX

b. Metode Variabel *Costing*

Menurut Mulyadi (dalam Harjanti & Murwanti, 2021), *Variabel costing* adalah metode penelitian biaya produksi yang hanya memperhitungkan biaya yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang bersifat variabel. Perhitungan harga pokok produksi menurut metode *Variable Costing* yaitu sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	XXX
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XXX
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik <i>Variable</i>	<u>XXX +</u>
Harga Pokok Produksi	XXX

c. Activity Based Costing (ABC)

Menurut Hansen dan Mowen (dalam Madur & Peri, 2024) ada dua tahap dalam menentukan Harga Pokok Produksi menggunakan metode *activity based costing* (ABC) yaitu:

1. Membebankan biaya *overhead* ke dalam aktivitas.

Terdapat empat langkah dalam penentuan harga pokok produksi berdasarkan ABC yaitu:

- a. Mengidentifikasi aktivitas yang menjadi dasar sistem tersebut
- b. Berbagai aktivitas diklasifikasikan dalam beberapa kelompok yang mudah diinterpretasikan dan jelas, dan cocok dengan segmen-segmen
- c. Mengidentifikasi *cost driver* dari aktivitas-aktivitas yang telah diidentifikasi dan di klasifikasikan.
- d. Menentukan tarif kelompok (*pool rate*) dengan rumus:

$$\text{Per Unit Cost Driver} = \frac{\text{Jumlah Aktivitas}}{\text{Cost Driver}}$$

2. Setiap kelompok biaya *overhead* dibebankan kepada produk dengan menggunakan tarif yang telah dihitung sebelumnya dan nilai sumber daya aktivitas yang dikonsumsi. Rumusnya adalah sebagai berikut:

BOP dibebankan = Tarif per unit cost driver x Cost driver yang digunakan

Berdasarkan rumus perhitungan Harga Pokok Produksi di atas, maka didapatkan Laporan Laba Rugi sebagai berikut:

a. Laporan Laba Rugi dengan metode *Full Costing*

Penjualan	XXX
Harga Pokok Produksi:	
Harga Pokok Penjualan	<u>(XXX)</u>
Laba Kotor Produksi	XXX
Biaya <i>Non</i> Produksi:	
Biaya Pemasaran	(XXX)
Biaya Administrasi & Umum	<u>(XXX)</u>
Laba Sebelum Pajak	XXX
Pajak	<u>(XXX)</u>
Laba Setelah Pajak	XXX

b. Laporan Laba Rugi dengan metode *Variable costing*

Penjualan	XXX
Harga Pokok Produksi Variabel	
=Harga Pokok Pejualan	<u>(XXX)</u>
Laba Kotor Produksi	XXX
Biaya Non Produksi Variabel:	
Biaya Pemasaran V	(XXX)
Biaya Administrasi & Umum V	<u>(XXX)</u>
Laba Usaha Variabel	XXX
Biaya Produksi Tetap:	

Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	(XXX)
Biaya Pemasaran V	(XXX)
Biaya Administrasi & Umum V	<u>(XXX)</u>
Laba Bersih Sebelum Pajak	XXX
Pajak	<u>(XXX)</u>
Laba Setelah Pajak	XXX

2.4 Harga Jual

1. Pengertian Harga jual

Menurut Alhadi et al. (2024) harga jual adalah harga yang mempengaruhi keuntungan atau kerugian sebuah perusahaan, sehingga penentuan harga jual harus dilakukan dengan perhitungan yang tepat dan akurat agar perusahaan tidak mengalami kerugian akibat kesalahan dalam menetapkan harga tersebut.

2. Metode Penentuan Harga Jual

. Menurut Wagiyo (dalam Rozi & Shuwiandi, 2022) beberapa cara untuk menetapkan harga jual, yaitu:

a. *Gross Margin Pricing*

Metode ini sangat sesuai diterapkan oleh perusahaan dagang di mana tipe perusahaan ini tidak memproduksi sendiri barang yang dijual sehingga tidak banyak aset tetap yang dimanfaatkan. Cara penerapan metode ini adalah dengan menetapkan persentase spesifik di atas harga barang yang dibeli, persentase ini disebut "*Mark On Persentase*" atau *Mark up*. Persentase ini mencakup dua komponen yaitu bagian untuk

menutupi biaya operasional dan bagian yang merupakan laba yang diharapkan. Berbagai faktor yang memengaruhi tingkat mark up diantaranya faktor-faktor seperti musim produksi, tingkat biaya operasional, serta besar kecilnya aset yang digunakan dan ketatnya persaingan. Adapun cara menghitung *Gross Margin Pricing* sebagai berikut:

$$\text{Cost Product} + (\% \text{ Mark Up} \times \text{Dasar Penentuan Mark Up})$$

b. *Direct Costs Pricing*

Metode ini biasanya digunakan pada barang yang diproduksi tetapi melebihi kapasitas pasar yang kemudian produk ini dijual di pasar yang berbeda, asalkan tidak merusak pasar produk di pasar bebas. Metode ini dikenal sebagai “*Marginal Income Pricing*” karena hanya menghitung biaya-biaya yang berkaitan secara proporsional dengan jumlah penjualan sehingga menciptakan pendapatan marginal. Pendapatan marginal yang diinginkan berapa atau selisih positif antara biaya variabel dan jumlah yang diinginkan oleh perusahaan, hal ini sebagai landasan untuk menentukan harga jual. Adapun cara menghitung *Direct Costs Pricing* sebagai berikut:

$$\text{Persentase Mark Up} = (\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produksi} / \text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh biaya produksi})$$

c. *Full Costing Pricing*

Dalam metode ini, semua jenis biaya digunakan sebagai landasan untuk menetapkan harga jual dengan membebankan seluruh biaya produksi. Jadi semua biaya untuk memproduksi produk, termasuk biaya tetap dan variabel, tersebut dihitung termasuk persentase keuntungan yang diharapkan. Adapun cara menghitung *Full Costing Pricing* sebagai berikut:

(Biaya produksi total + *Margin* (persentase laba) yang diinginkan)

d. *Time And Materials Pricing*

Dalam metode ini, biaya ditentukan dari gaji langsung dan tarif lainnya dari bahan baku masing-masing, tarif ini digabungkan menjadi satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tidak langsung dan keuntungan yang diharapkan. Dalam pendekatan ini diperlihatkan oleh tarif per jam atau per waktu untuk tenaga kerja, di mana tarif kerja ini adalah total dari:

1. Upah langsung dan premi pada karyawan.
2. Bagian keuntungan yang wajar dan berkaitan dengan upah tenaga kerja.
3. Bagian untuk laba.

e. *Return On Capital Employed Pricing*

Dalam metode ini, langkah-langkahnya adalah dengan menetapkan seberapa besar persentase laba yang diharapkan dari *Capital Employed*, yaitu kapital yang dianggap memiliki fungsi dalam menciptakan produk.

f. *Cost-Plus Pricing*

Cost-Plus Pricing adalah salah satu metode yang diterapkan dalam menetapkan harga suatu produk atau jasa yang akan dijual. *Cost-Plus Pricing* merupakan metode penetapan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya keseluruhan di masa mendatang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Metode ini memiliki dua pendekatan biaya, yaitu pendekatan *Full Costing* dan pendekatan *Variabel Costing*.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Rasyiq Taqiyudin Syauqi, Muhammad Ikhsan Al Anshori Hidayat, Dewi Maulidiya, Yuni Astuti Tri Tartianri (2024)	Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Pada CV Roti Galuh Sari Bogor	Deskriptif Kuantitatif	Hasil analisis menunjukkan bahwa metode <i>full costing</i> dapat memberikan gambaran biaya produksi secara keseluruhan, dan memberikan informasi terkait dengan harga pokok produksi roti yang sebenarnya, sehingga CV Roti Galuh Sari Bogor dapat mengetahui HPP dari produk roti serta mengetahui laba sebenarnya.
2.	Ade Alhadi, N.A Rumiasih, Yudiana (2024)	Perhitungan Harga Pokok Produksi	Deskriptif Kuantitatif	Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hasil

			Dalam Menentukan Harga Jual Pada UMKM Kangen Roti		perhitungan harga pokok diproduksi dan harga jual antara metode <i>full costing</i> dan <i>variable costing</i> . Biaya produksi yang dihasilkan menurut perhitungan UMKM dengan metode <i>Full Costing</i> yaitu sebesar Rp 750 dan dengan metode <i>Variable Costing</i> yaitu sebesar Rp 656, sedangkan menurut hasil olah data dengan pendekatan metode <i>full costing</i> yaitu sebesar Rp 1.114 dan dengan metode <i>Variable Costing</i> yaitu sebesar Rp 806.
3.	Devi Irmawati, Marliani, Yuliawati (2024)	Nur Sari July	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Pada Pabrik Roti ZB Cikampek	Deskriptif Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, harga pokok produksi menggunakan metode <i>full costing</i> yang dikeluarkan selama satu tahun sebesar Rp. 7.721.220.000 dengan harga pokok per unit sebesar Rp. 634. Sedangkan metode perusahaan harga pokok per unit sebesar Rp. 630. Terdapat selisih Rp. 4 antara metode <i>full costing</i> dan metode perusahaan.

4.	Komang Wahyuni (2024)	Tri	Penentuan Harga Pokok Produksi Terhadap Laba Usaha; Studi Kasus Pada UMKM <i>Doughnut Dreamland</i>	Deskriptif Kuantitatif	Penentuan harga Pokok Produksi UMKM <i>Doughnut Dreamland</i> perbedaannya terdapat pada biaya <i>overhead</i> pabrik lain-lain, yaitu pada biaya penyusutan perabotan, sebesar Rp. 44.375/bulan. Perhitungan biaya penyusutan ditentukan berdasarkan umur akuntansi perabotan, yaitu 4 tahun.
5.	Riska Alfitroh, Naila Zhafira, Mutia Haifa Ramadini Kurniadi, Azka Aulia, Yuni Astuti Tri Tartiani (2024)	Rianita	Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Metode <i>Full Costing</i> Pada UMKM Barokah <i>Bakery</i> Kota Bogor (<i>Analysis Of Cost Of Goods Manufactured With The Full Costing Method At Umkm Barokah Bakery Bogor City</i>)	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode <i>full costing</i> dapat memberikan informasi mengenai harga pokok produksi yang akurat, sehingga dapat menjadi acuan dalam menentukan strategi perusahaan guna memperoleh laba semaksimal mungkin.

Sumber: Berbagai Jurnal Penelitian, 2025.