# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

* 1. **Landasan Teori**
		1. **Usaha Mikro Kecil dan Menengah**
1. **Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Pengertian UMKM menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentan Usaha Mikro Kecil dan Menengah 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 UndangUndang 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, usaha 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.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat dikategorikan menjadi 3 jenis sesuai kriteria berdasarkan jumlah aset dan omzet seperti tercantum pada undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai berikut (Wijaya, 2018):

1. Usaha mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria aset ≤ Rp 50 juta dan omzet ≤ Rp 300 juta.
2. Usaha kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan / badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan/bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Rp50 juta < aset ≤ Rp500 juta dan Rp300 < omzet ≤ Rp2,5 milyar.
3. Usaha menegah, yaitu 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 yang memenuhi kriteria Rp 500 juta < aset ≤ Rp2,5 milyar dan Rp2,5 milyar < omzet ≤ Rp50 milyar.
	* 1. **Biaya Produksi**
4. **Pengertian Biaya Produksi**

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya untuk mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi atau baru direncanakan (Sujarweni, 2015).

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dianggap melekat pada pabrik, meliputi semua biaya, baik yang secara langsung maupun tidak langsung, dapat didefinisikan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi akan diperlakukan sebagai beban atas pendapatan untuk tujuan penentuan laba rugi periodik apabila produk yang bersangkutan terjual. Karena itu, biaya produksi dianggap tetap melekat pada produk jadi dan produk dalam pada akhir suatu periode (Hartono, 2017).

Biaya produksi yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produk atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan kedalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik (Darya, 2019).

1. **Jenis-jenis Biaya Produksi**

Penggolongan biaya produksi sangat penting dilakukan oleh perusahaan agar bisa mengetahui jenis pengeluaran apa saja yang dibutuhkan selama proses pengolahan barang. Sebuah perusahaan perlu menggolongkan biaya produksi agar memudahkan perhitungan harga pokok nantinya. Pengklasifikasian biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap perhitungan laporan keuangan perusahaan. Perusahaan harus bisa memahami dengan benar apa saja jenis biaya produksi, sehingga bisa memperhitungkannya secara tepat. Ada 5 jenis biaya produksi diantaranya (Hartono, 2017):

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah pengeluaran yang jumlahnya tidak akan mengalami perubahan, meskipun volume produksi barang mengalami peningkatan maupun penurunan. Jenis biaya yang satu ini mempunyai sifat pasti, sehingga bisa dianggarkan secara tepat. Unsur biaya tetap mempunyai jumlah nominal sama yang harus dibayarkan pada setiap proses produksinya. Biaya tetap tidak akan mengalami pembengkakan sekalipun proses produksi sedang padat, sehingga bisa meningkatkan output. Salah satu contoh biaya tetap yang harus dibayarkan perusahaan dengan jumlah yang sama, meskipun volume produksinya berubah adalah biaya sewa pabrik. Perusahaan diharuskan membayar biaya tersebut secara rutin sesuai dengan harga yang sudah disepakati. Bentuk lainnya dari biaya tetap adalah pengeluaran perusahaan untuk membayar gaji bulanan karyawan (Hartono, 2017).

1. Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

Jenis pengeluaran produksi perusahaan berikutnya adalah biaya variabel yang besarnya bergantung pada output. Apabila produksi barang semakin tinggi, maka biaya variabel juga akan mengalami peningkatan. Biaya variabel hanya akan diperlukan pada saat proses produksi berlangsung, sehingga menjadi dasar pengeluaran per unit yang akan dilaporkan. Jenis biaya variabel yang ada diperlukan pada proses produksi adalah pembelian bahan baku. Pengeluaran untuk membeli bahan baku biasanya akan dipengaruhi oleh target output selama proses produksi. Biaya variabel ini akan selalu mengalami perubahan selama proses produksi tersebut mengalami perubahan (Hartono, 2017).

1. Biaya Rata-Rata (*Average Cost*)

Biaya rata-rata merupakan biaya per unit yang akan didapatkan dengan cara membagi total pengeluaran dengan jumlah output produksi. Biaya rata-rata ini dibutuhkan oleh perusahaan untuk menentukan keputusan produksi kedepannya. Biaya produksi per unit akan diketahui dengan cara memperhitungkan biaya rata-rata ini. Selanjutnya, perusahaan bisa menentukan persentase laba yang ingin dicapai dari biaya rata-rata tersebut. Biaya rata-rata akan dibandingkan dengan biaya tetap saat mengambil keputusan produksi. Dari hasil perbandingan, akan dapat diperoleh informasi mengenai biaya manakah yang lebih tinggi antara *fixed* *and* *variable cost*. Hal ini bisa dijadikan sebagai patokan perusahaan untuk menentukan laba yang ideal (Hartono, 2017).

1. Biaya Marginal

Biaya marginal bisa disebut juga sebagai pengeluaran tambahan yang akan digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan produksi. Perusahaan bisa mengetahui jumlah output maksimal yang bisa didapatkan selama proses produksi dengan menambahkan biaya marginal. Perhitungan biaya marginal dilakukan dengan menambahkan *variable cost* pada saat proses produksi. Perusahaan juga bisa mengaitkan *fixed cost* dengan biaya marginal saat akan memproduksi output tambahan. Fungsi dari biaya marginal adalah untuk membantu perusahaan memaksimalkan kegiatan operasional secara menyeluruh. Hal ini akan membuat perusahaan bisa mencapai nilai keuntungan maksimal produk secara lebih efisien (Hartono, 2017).

1. Biaya Total (*Total cost*)

Jenis pengeluaran produksi terakhir adalah biaya total yang diperoleh dari penggabungan *variable and* *fixed cost*. Biaya total ini akan menjadi informasi mengenai jumlah total pengeluaran yang terjadi selama proses produksi. Biaya total ini baru bisa diperhitungkan ketika perusahaan sudah memiliki output berupa barang jadi yang siap untuk dijual. Perhitungan biaya total ini harus dilakukan setiap periode produksi terselesaikan agar bisa segera dilaporkan. *Total cost* ini bersifat menyeluruh karena mencakup segala pengeluaran perusahaan selama proses produksi. Biaya bahan baku, administrasi, dan pemasaran harus ikut diperhitungkan dalam *total cost* ini (Hartono, 2017).

Biaya produksi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Hartono, 2017):

 Biaya Produksi

 -Biaya Bahan Baku xxx

 -Biaya Tenaga Kerja xxx

 -Biaya Overhead Pabrik

 \*Biaya Gaji xxx

 \*Biaya Listrik xxx

 \*Biaya Mesin xxx

 \*Biaya Sewa xxx +

 Total Biaya Overhead Pabrk xxx +

 Jumlah Biaya Produksi xxx

1. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Biaya Produksi**

Menurut Harnanto (2017) mengemukakan untuk menentukan kompleksitas sistem akuntansi biaya dan jenis serta kuantitas Informasi biaya yang harus dihasilkan. Secara garis besar faktor-faktor tersebut dapat dibedakan ke dalam dua kategori yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang ada didalam usaha tersebut yang mempengaruhi biaya produksi. Adapun faktor internal yang mempengaruhi biaya produksi diantaranya adalah:

* Modal.
* Kapasitas mesin dan peralatan.
* Bahan baku.
* Tenaga kerja.
1. Faktor eksternal

Faktor yang mempengaruhi biaya produksi secara eksternal adalah faktor biaya produksi yang menghasilkan suatu produk. Oleh karena itu faktor produksi sangat penting bagi kita untuk mengurangi bahan-bahan yang ada. Adapun faktor-faktor eksternal yang memperngaruhi biaya produksi diantaranya:

* Sedikitnya jumlah bahan yang tersedia.
* Banyaknya permintaan terhadap barang tersebut.
* Lamanya memproduksi suatu barang.
	+ 1. **Harga Jual**
1. **Pengertian Harga Jual**

Harga adalah petunjuk bagi produsen untuk mengalokasikan sumber-sumber ekonomi yang dimiliki (Ahmad Syafii, 2020). Untuk menentukan harga biasanya produsen bukan hanya berpatokan pada harga modal ditambah keuntungan, namun menyelipkan harga service atau layanan dari sebuah produk dalam proses barang atau jasa yang dijualnya. Harga menjadi satuan terpenting dalam proses jual beli, selain sebagai acuan nilai jual suatu barang atau jasa.

Menurut Ramdhani (2020) Harga jual merupakan salah satu keputusan yang paling penting yang harus dihadapi oleh pemilik usaha, karena terkait erat dengan sumber pendapatan utama perusahaan.

 Menurut Supriadi (2018) Harga jual adalah proses menetapkan nilai yang akan diterima produsen dalam pertukaran jasa dan barang. Metode pricing dilakukan untuk menyesuaikan biaya yang ditawarkan produsen yang sesuai dengan produsen dan pelanggan.

Harga jual (sering disebut harga pasar) adalah harga yang disepakati oleh penjual dan pembeli (Ahmad Syafii, 2020). Proses terbentuknya harga pasar merupakan hasil dari proses mekanisme pasar atau proses tawar menawar antara kekuatan permintaan dari konsumen dengan kekuatan penawaran oleh produsen, dengan adanya kesepakatan harga, maka transaksi dapat dilanjutkan.

1. **Metode Penetapan Harga Jual**

Perusahaan menentukan harga dasar dan kemudian mengubahnya untuk memenuhi faktor-faktor yang selalu berubah dalam lingkungan. Metode penetapan harga yang didasarkan pada biaya yang paling sederhana adalah *cost plus pricing*  dan *mark up pricing method* (Brahim, 2019).

1. Metode *Cost Plus Pricing*

Pada metode ini, produsen atau penjual akan menentukan harga jual untuk satu unit barang ditambah suatu jumlah tertentu untuk menutup laba yang diinginkan. Laba yang diiginkan dalam konsep ini disebut margin.

**Harga Jual = Biaya Total + Margin**

1. Metode *Mark Up Pricing*

Berdasarkan metode ini, penjual atau pedagang menentukan harga jualnya dengan cara menambah harga jual produk dengan jumlah *mark up. Mark up* sendiri merupakan kelebihan harga jual atas harga belinya. Dalam menentukan *mark up* juga perlu diperhatikan biaya penjual, biaya penelitian, dan biaya lainnya karena biaya-biaya tersebut masuk dalam *mark up.*

 **Harga Jual = Biaya Produksi + *Mark Up***

**Persentase *Mark Up* =**

1. Metode Harga *Break Even (Break Even Pricing)*

Penetapan dengan metode ini artinya harga jual produk adalah sama besarnya dengan biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk. Suatu keadaan dikatakan *break even* penghasilan yang diterima adalah sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Berdasarkan metode ini, perusahaan dikatakan memperoleh laba jika jumlah penjualannya bisa melebihi diatas titik *break even.*

Dalam penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* semua unsur biaya harus diperhitungkan baik biaya produksi maupun biaya non produksi yang akan menghasilkan biaya total atau total harga pokok produksi adapun perhitungan biaya total yaitu :

**Biaya Total = Biaya Produksi + Biaya Non Produksi**

Biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya non produksi terdiri atas biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan diluar biaya produksi, seperti biaya gaji bagian pemasaran, dan lain-lain.

Selanjutnya harga jual dihitung dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* yaitu dengan menjumlahkan total taksiran biaya total dengan mark up (%) kemudian dibagi dengan volume produksi. Maka perhitungannya sebagai berikut:

 **Total Biaya + *Mark Up***

**Harga Jual Produk Per Unit =**

 **Volume Produksi**

1. **Tujuan Harga Jual**

Berikut adalah tujuan harga jual yang bersifat ekonomis dan non ekonomis (Ramdhani, 2020):

1. Memaksimalkan Laba

Penetapan harga ini biasanya memperhitungkan tingkat keuntungan yang ingin diperoleh. Semakin besar margin keuntungan yang ingin didapat, maka menjadi tinggi pula harga yang ditetapkan untuk konsumen. Dalam menetapkan harga sebaliknya turut memperhitungkan daya beli dan variabel lain yang dipengaruhi harga agar keuntungan yang diraih dapat maksimum.

1. Meraih Pangsa Pasar

Untuk dapat menarik perhatian para konsumen yang menjadi target market atau target pasar maka suatu perusahaan sebaiknya menetapkan harga yang serendah mungkin. Dengan harga turun, maka akan memicu peningkatan permintaan yang juga datang dari *market share* pesaing atau kompetitor.

1. *Return On Investment (ROI)*/ Pengembalian Modal Usaha

Setiap usaha menginginkan tingkat pengembalian modal yang tinggi. ROI yang tinggi dapat dicapai dengan jalan menaikkan profit margin serta meningkatkan angka penjualan.

1. Mempertahankan Pangsa Pasar

Ketika perusahaan memiliki pasar tersendiri, maka perlu adanya penetapan harga yang tepat agar dapat tetap mempertahankan pangsa pasar yang ada.

1. Tujuan Stabilitas Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitive terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitas harga dalam industri-industri tertentu (misalnya minyak bumi).

1. **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual**

Dalam harga jual yang harus diperhatikan adalah faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung (Ramdhani, 2020):

1. Faktor yang secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah dan faktor lainnya.
2. Faktor yang tidak langsung namun erat dengan penetapan harga adalah antara lain yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk subtitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen.

### Laba

1. **Pengertian Laba**

Laba rugi menyajikan informasi keuangan dari hasil kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha (UMKM) dalam satu periode. Tujuan dibuatnya laba rugi untuk mengetahui kondisi keuangan usaha apakah laba atau rugi serta sebagai alat untuk mengevaluasi kinerja usaha. Laba rugi terdiri atas pendapatan dan biaya. Selisih antara pendapatan dan biaya disebut laba atau rugi. Usaha dapat dikatakan laba apabila pendapatan lebih besar dari biaya dan sebaliknya jika pendapatan lebih kecil dari biaya dapat dikatakan rugi.

**Laba/rugi = Pendapatan – Biaya Operasional**

Pendapatan pada usaha kecil menengah (UMKM) didapat dari penjualan barang dagangan, dan biaya operasional terdiri atas biaya produksi, biaya penjualan, dan biaya-biaya lain yang berhubungan dengan operasional perusahaan (Wijaya, 2018).

1. **Sumber-sumber Laba**

Menurut Purnawati (2018) mengemukakan beberapa teori tentang sumber-sumber pendapatan laba sebagai berikut:

1. Pendapatan Operasional, yaitu pendapatan yang berasal dari aktivitas utama perusahaan.
2. Pendapatan non operasional yaitu, pendapatan yang tidak tekait dengan aktivitas perusahaan yaitu pendapatan yang didapat dari faktor eksternal.
3. Pendapatan luar biasa, yaitu pendapatan yang memenuhi kriteria bersifat tidak normal dan tidak sering terjadi.
4. **Metode Meningkatkan Laba**

Menurut Harnanto (2017) ada beberapa metode yang harus dilakukan untuk meningkatkan pendapatan dalam berbisnis:

1. Menambah produk atau layanan, salah satu strategi untuk meningkatkan pendapatan atau keuntungan adalah dengan cara menambah produk atau layanan dari usaha. Jika bisnis sudah berjalan dengan baik, menambah produk atau layanan merupakan cara yang cukup mudah untuk meningkatkan pendapatan.
2. Tingkatkan nilai jual kepada pelanggan, untuk meningkatkan pendapatan dapat dilakukan dengan meningkatkan nilai jual kepada pelanggan sehingga konsumen atau pelanggan merasa mendapatkan nilai lebih jika membeli produk yang ditawarkan. Dengan kata lain, pelanggan akan loyal dan lebih sering melakukan pembelian. Untuk meningkatkan nilai jual, perusahaan dapat memperpendek siklus penjualan, di mana pembeli merasa mudah, sederhana dan tidak mengalami banyak kesulitan untuk melakukan pembelian.
3. Perluas bidang usaha, dengan memperluas bidang usaha dapat meminimalisasi risiko gagal dan dapat meningkatkan pendapat usaha.
4. Mencari target konsumen baru, setiap bisnis umumnya memiliki konsumen atau pangsa pasar yang berbeda-beda. Biasanya mereka dibedakan berdasarkan jenis kelamin, usia, demografi, lokasi dan lain sebagainya. Dari bisnis yang saat ini coba cari target konsumen yang berbeda. Untuk melakukan hal ini, perusahaan dapat memanfaatkan teknologi yang ada. Mengingat internet memiliki kemampuan untuk menyebarkan keseluruhan dunia dengan cepat dan masyarakat kini memiliki akses internet maka membidik konsumen melalui internet dan social media  merupakan hal yang mudah.
5. Hindari kompetisi harga, nntuk meningkatkan pendapatan hindarilah persaingan atau kompetisi harga. Perusahaan dapat mencari cara lain seperti mengurangi biaya-biaya operasional yang kurang efektif. Jika perusahaan menerapkan cara ini, maka tinjaulah pengeluaran-pengeluaran perusahaan, seleksilah biaya atau pengeluaran yang tidak memberikan nilai tambah pada produk, layanan atau perusahaan.
6. Proses bisnis sederhana dan kurangi biaya operasional, perusahaan dapat berfokus pada penyederhaan proses bisnis dan mengurangi biaya operasional. Carilah proses bisnis yang memakan banyak waktu, tenaga dan biaya operasional. Kemudian temukan cara agar membuat proses tersebut lebih sederhana dan efisien. Perusahaan dapat menggunakan [software](https://www.talenta.co/) yang membantu perusahaan mempercepat dan menyederhanakan proses yang kompleks dan berulang.
	1. **Penelitian Terdahulu**

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Judul****Nama dan Tahun Penelitian** | **Variabel Penelitian** | **Hasil Penelitian** |
| 1 | Andilan et al., (2021) Pengaruh Biaya Produksi, Luas Lahan, Harga Jual Terhadap Pendapatan Petani Kelapa (KOPRA) di Kecamatan Talawan | 1. Biaya Produksi
2. Luas Lahan
3. Harga Jual
4. Pendapatan
 | Hasil penelitian biaya produksi, luas lahan dan harga jual secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan petani kopra di Kecamatan Talawaan. Secara parsial biaya produksi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pendapatan petani kopra di Kecamatan Talawaan. Secara parsial luas lahan berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan petani kopra di Kecamatan Talawaan. Secara parsial harga jual berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pendapatan petani kopra di Kecamatan Talawaan. |
| 2 | Zainuddin et al., (2023), Analisis Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih pada PT. Aneka Tambang Tbk  | 1. Biaya Produksi
2. Laba Bersih
 | Biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Tingkat kekuatan hubungan antara biaya produksi dan laba bersih berada pada kategori menengah karena koefisien determinasi yang diperoleh adalah 42,6%. |
| 3 | Khaerunnisa & Pardede, (2021), Analisis Harga Pokok Produksi Untuk Menenukan Harga Jual Tahu | 1. Harga Pokok Produksi
2. Harga Jual
 | Harga pokok produksi metode perusahaan memiliki nilai harga pokok produksi yang lebih kecil dibandingkan dengan metode variabel costing. Hal ini disebabkan karena perusahaan hanya mencatat biaya berdasarkan uang yang dikeluarkan untuk membeli keperluan kegiatan produksi sehingga biaya lain seperti biaya penyusutan tidak tercatat sehingga mengakibatkan beban usaha terlihat kecil. |
| 4 | Wafiroh et al., (2023), Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM | 1. Modal
2. Biaya Produksi
3. Pendapatan
 | Biaya produksi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Modal pada umkm untuk kegiatan operasional menjadikan keberadaan modal kerja sangat penting namun bukan hal yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan. |
| 5 | Jalaliah et al., (2022), Pengaruh Modal Kerja, Tenaga Kerja, dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan UMKM Pabrik Tahu (Studi Empiris UMKM Tahu Kecamatan Banjarharjo Periode Tahun 2019-2021) | 1. Modal Kerja
2. Tenaga Kerja
3. Bahan Baku
4. Pendapatan
 | Biaya tetap adalah pengeluaran konstan yang harus terus dikeluarkan, meskipun tidak ada kegiatan produksi. Sebaliknya, biaya variabel hanya dikeluarkan oleh pemilik bisnis ketika melakukan produksi barang atau jasa. Meskipun kedua jenis biaya tersebut berbeda dalam satu atau lain cara, namun tetap harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis. Perhitungan biaya tetap dan biaya variabel akan membantu dalam menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan dalam mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan. |
| 6 | Utami et al., (2024) *The Influence Of Production Costs And Selling Prices On Net Profit (Empirical Study of Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sector* *Registered Dibei Period 2018-2021)* | 1. *Productions Costs*
2. *Selling Prices*
3. *Net Profit*
 | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya produksi dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, variabel biaya promosi dengan nilai signifikan 0,003 < 0,05 dan variabel penjualan 0,000 < 0,05 mempengaruhi keuntungan perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, hal ini dapat dilihat dari hasil uji-t. Hasil uji f menunjukkan bahwa biaya produksi, biaya promosi dan penjualan memiliki efek bersama terhadap laba perusahaan, nilai R2 adalah 79,3%. |

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andilan et al (2021) penelitian menggunakan variabel yang sama yaitu biaya produksi, harga jual dan laba. Perbedaaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Andilan et al (2021) penelitian ini dilakukan pada UMKM petani kelapa (KOPRA) di Kecamatan Talawan. Sedangkan penelitian ini dilakukan pada UMKM Home Industri Tahu Paya.

* 1. **Kerangka Konseptual**

Hubungan antar variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu biaya produksi dan harga jual sebagai variabel bebas terhadap Laba variabel terikat. Berikut adalah kerangka konsepual penelitian ini:

Laba (Y)

Biaya Produksi (X1)

Harga Jual (X2)

**Gambar 2.1**

**Kerangka Konseptual**

* 1. **Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyataka dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2018). Berdasarkan pengertian diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Pengaruh Biaya Produksi Berpengaruh Terhadap Laba**

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan produksi mulai dari mengolah bahan mentah yang tidak memiliki nilai menjadi produk jadi dan memili nilai tinggi yang siap untuk dijual. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan barang jadi ini, nilainya diharapkan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan sehingga kegiatan organisasi dapat menghasilkan laba (Nurawaliah et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Pasaribu & Hasanuh (2021) dengan judul pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap laba bersih pada sektor industri barang konsumsi menyatakan bahwa adanya hubungan pengaruh positif antara biaya produksi terhadap laba bersih. Artinya pada saat biaya produksi mengalami kenaikan maka akan meningkatan laba bersih. Dengan adanya peningkatan biaya produksi akan mempengaruhi jumlah produk yang dihasilkan juga meningkat sehingga produk yang tersedia untuk dijual juga bertambah. Dengan hal ini biaya produksi tinggi mengakibatkan bertambahnya pula laba bersih yang diperoleh. Oleh karena itu, diharapkan perusahaan sektor industri barang konsumsi harus terus mengefesiensikan biaya produksi supaya menambah pendapatan laba bersih perusahaan tersebut meskipun semakin tinggi biaya produksi yang dikeluarkan, namun laba bersih yang didapat akan terus meningkat.

**H1 Biaya produksi berpengaruh terhadap laba**

1. **Pengaruh Harga Jual Terhadap Laba**

Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Umumnya harga jual produk dan jasa ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Karena permintaan *customer* atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam penentuan harga jual manajer tersebut akan menghadapi banyak ketidakpastian (Seftianty & Nugroho, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Lisna & Hambali (2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga jual dan laba bersih dengan arah positif. Hal ini berarti perubahan harga jual pada umumnya akan mempengaruhi volume penjualan dan laba perusahaan.

**H2 Harga Jual berpengaruh terhadap laba**

1. **Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Laba**

Salah satu unsur yang mempengaruhi laba perusahaan adalah biaya produksi. Biaya produksi akan selalu muncul dalam setiap kegiatan ekonomi, yang usahanya selalu berkaitan dengan produksi. Peran dari upaya penekanan biaya produksi dapat menentukan kemampuan perusahaan meningkatkan keunggulan kompetitifnya dalam hal penetapan harga. Agar harga jual dapat ditetapkan dengan memadai, dalam arti harga jual tersebut minimal dapat menutupi biaya yang dikeluarkan, harga jual dapat bersaing dengan perusahaan sejenis , dan harga jual mengandung laba yang dapat diharapkan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat menetapkan harga jual yang kompetitif, yang dapat mengoptimalkan laba sekaligus memenuhi tuntutan konsumen (Seftianty & Nugroho, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Lisna & Hambali (2020) menyatakan bahwa Biaya produksi, harga jual dan volume penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

**H3 Biaya Produksi dan Harga Jual berpengaruh terhadap laba**