

BAB II

STUDI PUSTAKA

2.1 Deskripsi Konseptual

2.1.1 Pengertian Harga Jual

Proses mencari tahu berapa banyak pelanggan bersedia membayar untuk sebuah barang ataupun jasa dikenal sebagai harga jual. Harga jual ialah sebuah elemen penting di strategi pemasaran karena langsung memengaruhi pendapatan dan keuntungan perusahaan.

Menurut Alfiansyah, Pratama, and Jakaria (2024) Jumlah uang yang dibayarkan pembeli agar memperoleh barang ataupun jasa tertentu, atau nilai keseluruhan yang mereka tukarkan agar dapat mengakses atau menggunakan barang atau jasa tersebut, dikenal sebagai harga jual.

Berlandaskan (Purwanti 2023) Penentuan harga jual dalam pengelolaan usaha, karena dapat berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan. Biaya yang terkait dengan produksi barang atau penyiapan komoditas harus tercakup dalam harga jual. Jika harga jual ditetapkan di atas biaya produksi atau beban pokok barang dibeli, maka terjadi selisih yang disebut laba. Semua biaya perusahaan, termasuk yang terkait dengan produksi serta nonproduksi, harus ditutupi oleh harga jual produk. Jika seluruh biaya tidak dapat ditutupi oleh harga jual, perusahaan tidak akan bertahan. Ada 4 metode penentuan harga jual di antara nya:

- 1) metode *full costing*
- 2) metode *full cost*,
- 3) metode *variable costing*, dan
- 4) metode *variable cost*

A. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual

1. Biaya Produksi: Ini meliputi seluruh biaya yang secara langsung terhubung dengan produksi produk, termasuk tenaga kerja, bahan baku, serta biaya overhead.
2. Permintaan pasar: Permintaan pasar terhadap produk dapat mempengaruhi tingkat harga yang di terima oleh konsumen.
3. Persaingan: Perusahaan dapat dipaksa untuk menjual produknya jika produk pesaing tersedia dan memiliki kualitas yang lebih tinggi atau dengan biaya yang lebih rendah.
4. Strategi Perusahaan: Strategi perusahaan, seperti *market skimming* atau *penetration pricing*, memengaruhi cara perusahaan menetapkan harga jual. untuk menyesuaikan harga.
5. Nilai yang Dirasakan Konsumen: Nilai yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk juga berperan penting saat memutuskan harga jual, terutama untuk barang yang menawarkan nilai tambah atau fitur yang berbeda dari produk pesaing.

B. Metode Penentuan Harga Jual

Metode penentuan harga jual, berlandaskan Mulyadi (2003) dalam (Doren et al. 2022) yakni:

1. Pemutusan harga normal, atau "*normal pricing*", dilakukan pada kondisi yang seragam dengan mendasarkan harga jual pada seluruh jumlah biaya yang diantisipasi, ditambah margin laba yang diinginkan. Metode ini sering dikenal sebagai "*cost-plus pricing*". Estimasi biaya penuh bisa dilaksanakan melalui 2 pendekatan utama, yakni "*Full Costing* dan *Variable Costing*."
2. "*Cost Type Contract*" adalah semacam perjanjian di mana pembeli setuju untuk membayar seluruh biaya aktual produsen untuk memproduksi barang ataupun memberikan layanan, ditambah keuntungan yang ditentukan oleh persentase yang telah ditentukan sebelumnya dari total biaya tersebut.
3. Penentuan harga jual untuk pesanan khusus ("*special order pricing*") berkaitan dengan pesanan yang bukan merupakan bagian dari aliran pesanan biasa perusahaan. Pesanan yang dimaksudkan untuk menutupi semua biaya tetap yang akan dikeluarkan selama tahun fiskal dikenal sebagai pesanan regular.
4. Penentuan harga jual berbasis waktu dan bahan ("*Time and Material Pricing*") dilakukan dengan menentukan harga jual sesuai dengan kuantitas jam kerja langsung dan bahan yang dipakai.

2.1.2 Pengertian Kerupuk Emping Melinjo

Emping Melinjo ialah makanan kering yang diproses dari biji melinjo yang disangrai, dipukul, dijemur, dan digoreng. Proses pembuatan Emping Melinjo secara manual dan tidak memerlukan alat modern. Berikut adalah langkah langkah pembuatan emping melinjo di tempat UMKM Emping Melinjo Desa Tenjolahang Kecamatan Jiput Kabupaten Pandeglang: panen biji, pengupasan, penyangraian, pemipihan, penjemuran, penggilingan, penggorengan, dan penaburan garam (Tenjolahang 2024).

Kerupuk Emping Melinjo adalah jenis camilan tradisional Indonesia yang diproses dari biji melinjo (“*Gnetum gnemon*”) yang dipipihkan dan digoreng hingga renyah. Emping melinjo memiliki rasa yang khas, sedikit pahit dengan aroma yang gurih. Proses pembuatannya dimulai dari menumbuk biji melinjo hingga tipis, kemudian dijemur hingga kering sebelum digoreng atau dipanggang.

Menurut Utomo, Syarif, and Maharani (2024) Buah melinjo yang sudah tua digunakan untuk membuat keripik yang disebut emping melinjo. Di UMKM ini, persiapan bahan baku adalah langkah pertama dalam proses pembuatan emping yang terdiri dari beberapa tahap, yakni melinjo tanpa kulit luarnya, sangrai, pemecahan kulit keras, penumbukan, dan penjemuran. Pembuatan emping melinjo biasanya menggunakan teknik menggoreng sangan. Karena pasir dapat menyerap panas dengan cepat (dari tungku atau kompor), biji melinjo yang digoreng sangan dapat dimasak secara merata dengan mencampurkannya dengan pasir sambil dibolak balik.

A. Proses pembuatan kerupuk emping melinjo

1. Pengambilan biji Melinjo : Biji Melinjo yang matang diambil dari pohon atau dibeli dari petani.
2. Sanggrai dan tumbuk : Biji tersebut direbus untuk menghilangkan rasa pahitnya, kemudian ditumbuk hingga tipis.
3. Pengeringan : setelah di tumbuk Emping Melinjo di kiris dan lalu di jemur di bawah matahari.
4. Di ikat : setelah di jemur hingga kering, di ikat dan di isi 10 lembar dalam 1 ikatan.
5. Pemasaran : setelah di ikat dan di susun , Emping siap di jual.

2.1.3 Pengertian *Activity Based Costing*

“*Activity Based Costing*” (ABC) ialah metode akuntansi biaya yang menggunakan aktivitas selaku dasar untuk mengalokasikan biaya overhead ke produk atau jasa. Menurut Jusmani and Putra (2020) mengemukakan bahwasannya “*Activity Based Costing System*” (ABC System) *Activity Based Costing* (ABC) System merupakan metode penetapan biaya yang membagi biaya ke dalam beberapa aktivitas yang terjadi dalam bisnis dan kemudian mengalokasikan biaya aktivitas tersebut ke barang ataupun jasa. Manajemen menerima informasi ini untuk digunakan dalam pengambilan keputusan, pengendalian biaya, dan perencanaan.

Aktivitas yang dilaksanakan untuk menciptakan suatu barang ataupun jasa merupakan penekanan utama sistem akuntansi ABC. Informasi mengenai aktivitas-aktivitas ini serta sumber daya yang

dibutuhkan untuk menyelesaikannya disediakan oleh sistem ini Setiap kejadian ataupun transaksi yang berubah menjadi pemicu biaya (*cost driver*), yaitu elemen yang menyebabkan timbulnya biaya di dalam organisasi, dianggap sebagai aktivitas (Islahuzzaman 2011).

A. Komponen Utama *Activity Based Costing*

Menurut (Mursalin 2019) Terdapat empat komponen utama yang harus diperhatikan:

1. Aktivitas

Aktivitas mencakup pekerja tugas atau tindakan utama yang dibutuhkan dalam sebuah organisasi. Ini meliputi rangkaian proses yang berfungsi untuk menentukan biaya berdasarkan aktivitas tertentu. Aktivitas juga diartikan sebagai penyebab konsumsi overhead, di mana biayanya dialokasikan kepada yang memicu kegiatan ini.

2. Sumber daya

Sumber daya ialah aset atau umur ekonomis yang dimanfaatkan pada pelaksanaan aktivitas.

3. Elemen biaya (*Cost Elemen*)

Elemen biaya merupakan total pengeluaran untuk sumber daya yang digunakan oleh suatu aktivitas. Elemen biaya ini sering kali digabungkan ke dalam *cost pool* misalnya, elemen biaya yang terkait dengan mesin dapat mencakup biaya tenaga kerja, biaya teknik, dan biaya depresiasi.

4. Pemicu biaya

Pemicu biaya ialah elemen yang memengaruhi berapa banyak biaya aktivitas. *Cost driver* digunakan untuk mengalokasikan biaya di antara berbagai aktivitas, ataupun ke produk dan jasa. Terdapat dua jenis pemicu biaya, yaitu :

a) Driver sumber daya (*resources drivers*)

Ini adalah pengukur berapa banyak sumber daya yang digunakan oleh aktivitas tersebut. Tujuan dari pemicu biaya ini adalah untuk menetapkan biaya sumber daya yang digunakan oleh suatu aktivitas ke kelompok biaya tertentu.

b) Driver aktivitas (*activity driver*)

Merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa sering dan seberapa intens sebuah aktivitas dilakukan berlandaskan objek biaya. Aktivitas driver dipakai guna mendistribusikan biaya dalam *cost pool* kepada objek biaya.

B. Keuntungan *Activity Based Costing*

1. Metode "*Activity Based Costing*" menyediakan informasi biaya produk yang lebih akurat dan dapat dipercaya, terutama dalam mengukur profitabilitas produk dengan lebih diyakini, untuk memfasilitasi pengambilan keputusan strategis seputar penetapan harga jual.
2. Metode "*Activity Based Costing*" memberi penilaian yang lebih akurat atas biaya yang dikeluarkan oleh operasi, yang akan memungkinkan

manajemen untuk lebih mempengaruhi peningkatan nilai produk dan pengendalian biaya yang lebih efektif.

3. Metode "*Activity Based Costing*" memberi perkiraan yang lebih tepat mengenai biaya yang ditimbulkan oleh aktivitas tersebut, sehingga memudahkan manajemen untuk mencapai hasil yang lebih optimal dalam meningkatkan nilai produk serta mengawasi biaya dengan lebih efektif.
4. Metode "*Activity Based Costing*" mampu mengenali operasi yang tidak memberikan nilai tambah pada produk yang diperoleh.

C. Kekurangan *Activity Based Costing*

1. Metode *Activity Based Costing* belum terlalu dikenal dalam dunia bisnis, terlebih pada perusahaan yang belum terlalu maju, sehingga banyak perusahaan yang masih mengandalkan metode konvensional saat memilih "harga pokok produksi".
2. Data yang kurang dapat menyebabkan sulitnya menerapkan metode "*Activity Based Costing*".
3. Metode "*Activity Based Costing*" tidak dapat mengatasi masalah *joint cost* yang dialami oleh perusahaan yang memakai sistem konvensional.
4. Metode "*Activity Based Costing*" hanya menghitung Biaya dibebankan buat seluruh periode tanpa mengamortisasi pengeluaran jangka panjang yang terkait dengan pengembalian investasi.

D. Manfaat *Activity Based Costing*

1. ABC menyajikan biaya produk yang lebih akurat dan informatif, yang menuju pada pengukuran kemampuan peroleh laba atas produk yang lebih akurat dan keputusan-keputusan strategis yang diinformasikan dengan lebih baik mengenai harga jual, lini produk, pasar pelanggan, dan pengeluaran modal.
2. ABC memberikan pengukuran yang lebih akurat atas biaya-biaya pemacu aktivitas, yang membantu manajer memperbaiki produk dan proses menilai dengan membuat keputusan desain produk yang lebih baik, pengendalian biaya yang lebih baik dan membantu mempertinggi berbagai nilai projek.
3. ABC membantu manajer lebih mudah mengakses informasi tentang biaya-biaya yang relevan dalam membuat keputusan bisnis.

E. Keterbatasan *Activity Based Costing*

1. Pengalokasian. Sekalipun data aktivitas tersedia, banyak biaya-biaya mungkin perlu alokasikan ke dan produk-produk yang didasarkan atas ukuran volume berubah-ubah karena secara praktis tidak dapat ditemukan suatu aktivitas khusus yang menyebabkan timbulnya biaya-biaya tidak menjadi mudah. Misalnya, beberapa dari biaya facility-sustaining seperti membersihkan pabrik dan mengatur proses produksi.
2. Biaya-biaya yang diabaikan (Omission of costs). Banyak biaya produk-produk khusus yang dihilangkan dari analisis. Aktivitas-aktivitas tersebut menyebabkan biaya-biaya seperti pemasaran,

periklanan, riset dan pengembangan, teknik produk dan klaim jaminan. Biaya-biaya tambahan sederhana dapat ditelusuri ke produk individual dan ditambahkan pada biaya-biaya manufaktur untuk menentukan biaya total produk. Secara tradisional, biaya-biaya pemasaran dan administratif tidak termasuk ke dalam biaya produk dikarenakan syarat laporan keuangan GAAP dimasukkan dalam periode biaya.

3. Biaya dan waktu yang digunakan. Sistem ABC sangat mahal untuk dikembangkan dan diterapkan. Hal ini juga sangat memakan waktu. Seperti kebanyakan manajemen inovasi atau sistem akuntansi, seringkali memerlukan lebih dari setahun untuk mengembangkan dan melaksanakan ABC dengan berhasil.

F. Fungsi *Activity Based Costing*

Adapun fungsi ABC sebagai berikut:

- a) Untuk memberikan akurasi yang lebih tinggi dalam penghitungan biaya produk dan layanan dibandingkan dengan sistem penetapan biaya tradisional, karena semua produk tidak diproduksi secara merata dan beberapa produk diproduksi dalam jumlah besar dan beberapa dalam jumlah kecil, sehingga biaya overhead produksi telah meningkat secara signifikan dan tidak lagi berkorelasi dengan jam kerja mesin produktif atau jam kerja langsung.
- b) Untuk memahami biaya produk dan pelanggan.
- c) Untuk memahami profitabilitas berdasarkan proses produksi atau pelaksanaan.

- d) Untuk memiliki analisis terstruktur sehubungan dengan proses yang kompleks.
- e) Untuk menyediakan banyak informasi kepada manajemen untuk membantu dalam pengambilan keputusan.
- f) Menghilangkan aktivitas yang tidak menambah nilai karena keragaman produk.
- g) Untuk meningkatkan aktivitas nilai tambah karena keragaman permintaan pelanggan berkembang pesat.

G. Karakteristik *Activity Based Costing*

- a) Meningkatkan jumlah kumpulan biaya yang digunakan untuk mengakumulasi biaya overhead. Jumlah nilai tergantung pada biaya kegiatan produksi. Jadi, alih-alih mengumpulkan biaya overhead dalam satu kumpulan perusahaan atau kumpulan departemen, biaya diakumulasikan oleh aktivitas.
- b) Ini membebaskan biaya overhead untuk pekerjaan atau produk yang berbeda sebanding dengan biaya aktivitas dalam bisnis berdasarkan biaya tenaga kerja langsung atau jam langsung atau jam mesin.
- c) Ini meningkatkan keterlacakan biaya overhead yang menghasilkan data biaya unit yang lebih akurat untuk manajemen.
- d) Identifikasi biaya selama aktivitas dan penyebabnya tidak hanya membantu dalam perhitungan biaya yang lebih akurat dari suatu produk atau pekerjaan tetapi juga menghilangkan aktivitas non-nilai

tambah. Penghapusan aktivitas non-nilai tambah akan menurunkan biaya produk.

2.1.4 Pengertian UMKM

UU No 20 Tahun 2008 mengenai UMKM memberikan definisi yang akurat mengenai tiga kategori usaha ini.

1. “Usaha Mikro adalah kegiatan produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perseorangan, sesuai dengan kriteria yang ditentukan sebagai usaha mikro”.
2. “Usaha Kecil adalah usaha ekonomi mandiri yang produktif dan tidak memiliki keterkaitan dengan usaha menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung”.
3. Usaha Menengah merujuk pada usaha ekonomi mandiri yang produktif, yang juga tidak berhubungan dengan usaha kecil maupun besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan memenuhi kriteria tertentu berdasarkan jumlah kekayaan bersih atau pendapatan tahunan” (Yolanda 2024).

A. Karakteristik UMKM

1. Skala Produksi yang terbatas

UMKM umumnya beroperasi pada skala yang lebih kecil dengan kapasitas produksi terbatas, baik dari segi volume maupun ragam produk yang dihasilkan.

2. Pendanaan yang terbatas

Lembaga perbankan formal sering kali mempersulit UMKM untuk mendapatkan pembiayaan karena keterbatasan agunan dan sejarah kredit yang kurang baik.

3. Keterbatasan Teknologi

Sebagian besar UMKM menggunakan teknologi yang relatif sederhana dan belum sepenuhnya mengadopsi teknologi canggih dalam proses produksi dan distribusi.

4. Sederhana dalam manajemen

UMKM cenderung dijalankan oleh pemiliknya secara langsung dengan pengelolaan yang lebih informal, tanpa sistem manajemen yang kompleks.

5. Fokus pada pasar local

UMKM sebagian besar mengandalkan pasar lokal atau regional, meskipun beberapa berhasil menembus pasar internasional.

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

NO	Penelitian	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
1	Olivia (2020)	“Penerapan <i>Activity Based Costing</i> sebagai dasar penentuan harga jual produk UMKM.”	Penelitian sama sama menggunakan metode ABC	Spesifik produk, karena peneliti Olivia menjelaskan tanpa spesifikasi produk sedangkan peneliti menjelaskan spesifik produk kerupuk emping melinjo	1.Melalui penerapan Metoda “ <i>Activity Based Costing</i> ”, harga bahan pokok yang dipakai pada produksi produk dapat ditentukan dengan lebih tepat. 2.Pengaplikasian Metode “ <i>Activity Based Costing</i> ” melibatkan sejumlah level dalam setiap prosesnya.
2	Aladin, Safira Chaerunisa, dan Sarikadarwati (2021)	“Penerapan Metode <i>Activity Based Costing</i> Dalam Penetapan Harga Jual Produk”	Penelitian sama sama menggunakan metode ABC dan di tujuan akhir karena bertujuan untuk menentukan harga jual produk	Pendekatan pengalokasian biaya, karena penelitian Aladin, Safira Chaerunisa, and Sarikadarwati (2021) melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan sederhana, penelitian yang dilakukan peneliti	Ketika teknik ABC diterapkan untuk menentukan harga jual produk, selisih harga lebih kecil dibandingkan ketika perusahaan menggunakan metodenya sendiri. Harga jual yang ditetapkan tidak secara akurat

				menggunakan banyak pemicu biaya (<i>cost drivers</i>) untuk mengalokasikan biaya overhead berdasarkan aktivitas spesifik yang dilakukan	mencerminkan nilai produk yang sebenarnya karena perusahaan belum memasukkan biaya air, bensin, dan pulsa yang digunakan dalam perhitungan HPP, serta belum mengklasifikasi biaya produksi.
3	Salam dan Wijayati (2023)	“Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode <i>Activity Based Costing</i> (Studi Kasus pada PT Beautinesia Media Nusantara)”	Penelitian sama sama menggunakan metode ABC	Objek penelitian, karena penelitian Salam dan Wijayati (2023) melakukan penelitian di Perusahaan PT Beautinesia Media Nusantara (industri media digital). Sedangkan studi yang dilakukan penulis melaksanakan penelitian UMKM yang memproduksi kerupuk emping melinjo di	Metode <i>Activity Based Costing</i> (ABC) adalah pendekatan efektif untuk menghitung biaya secara akurat dengan mengalokasikan biaya overhead berdasarkan aktivitas dan <i>cost drivers</i> . Pada UMKM kerupuk emping melinjo di Bengkulu, metode ini membantu menentukan harga jual yang kompetitif untuk

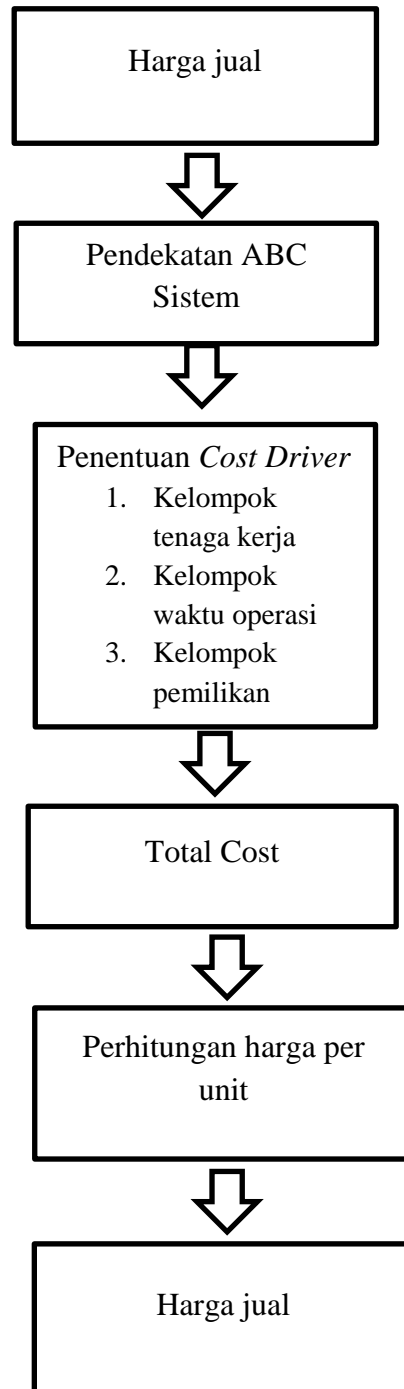
				Bengkulu	meningkatkan daya saing. Sementara itu, pada PT Beautinesia Media Nusantara, fokusnya adalah perhitungan harga pokok produksi untuk efisiensi operasional dan pengambilan keputusan strategis. Fleksibilitas metode ini memungkinkan penerapannya pada usaha barang fisik maupun jasa, dengan hasil konsisten berupa akurasi biaya, efisiensi aktivitas, dan daya saing yang lebih baik.
4	Yustitia dan Adriansah (2022)	“Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual pada UMKM di	Sama-sama berfokus pada UMKM sebagai unit usaha yang memerlukan pendekatan sistematis saat	Metode perhitungan, Karena penelitian Yustitia dan Adriansah (2022) Menggunakan pendekatan konvensional	Kedua penelitian bertujuan untuk membantu UMKM menentukan HPP serta harga jual yang benar.

		Desa Sawahkulon”	menganalisa biaya produksi serta menetapkan harga jual	atau praktis dalam menghitung HPP dan harga jual, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan Berbasis ABC yang mengalokasikan biaya overhead berlandaskan aktivitas dan <i>cost drivers</i> .	Penelitian pertama menggunakan metode ABC untuk alokasi biaya berbasis aktivitas, sementara penelitian kedua fokus pada pendampingan praktis dengan pendekatan sederhana. Meski tujuannya sama, pendekatan yang digunakan berbeda, dengan perbedaan pada metode, lokasi, dan jenis produk yang diteliti.
5	(Dwi ningsih 2018)	“Penerapan <i>Activity Based Costing System</i> Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi (Studi Kasus pada Industri Roti Cempaka Mulia)”	Penelitian sama sama menggunakan metode ABC	Fokus penelitian, karena penelitian (Dwi ningsih 2018) melakukan penelitian berfokus pada perhitungan harga pokok produksi (HPP) guna memutuskan harga jual produk roti, sedangkan	penelitian menggunakan metoda ABC guna mengkaji HPP serta meningkatkan daya saing serta profitabilitas usaha. Penelitian pertama berfokus pada UMKM kerupuk emping

				penelitian yang di lakukan peneliti menggunakan Penelitian berfokus pada penentuan harga jual produk kerupuk.	melinjo dengan skala kecil dan sederhana, sementara penelitian kedua diterapkan pada industri roti Cempaka Mulia, yang merupakan industri skala menengah. Meskipun tujuannya serupa, perbedaan jenis produk dan skala usaha memberikan konteks yang berbeda dalam penerapan metode ABC.
--	--	--	--	---	---

2.3 Kerangka Pikir

Untuk lebih memudahkan dalam membahas permasalahan, maka penulis membuat kerangka analisis dalam penelitian ini sebagai berikut:



A. Penjelasan dari Kerangka Berpikir

1. Harga Jual merupakan nilai yang ditetapkan oleh perusahaan atau individu untuk menjual produk atau jasa kepada konsumen. Penentuan harga jual ini sangat penting karena mempengaruhi pendapatan, profitabilitas, dan daya saing perusahaan di pasar. Harga jual harus memperhitungkan biaya produksi, biaya operasional, serta margin keuntungan yang diinginkan.
2. Pendekatan ABC ialah teknik penetapan biaya yang lebih tepat karena menentukan biaya dengan memperhitungkan aktivitas terkait produksi tertentu. Berbeda dengan metode tradisional yang hanya membagi biaya berdasarkan jumlah unit produk, pendekatan ABC memperhitungkan faktor-faktor penyebab timbulnya biaya (*cost driver*).
3. “*Cost Driver*” ialah elemen-elemen yang mempengaruhi seberapa besar biaya suatu kegiatan. Dengan kata lain, *cost driver* adalah pemicu biaya. Pada pendekatan ABC, sangat penting untuk mengidentifikasi *cost driver* yang relevan agar perhitungan biaya menjadi akurat.
4. Setelah mengidentifikasi semua *cost driver*, perhitungan seluruh biaya produksi dilakukan selanjutnya. Seluruh biaya yang terkait dengan aktivitas yang telah diidentifikasi dengan menggunakan teknik ABC dijumlahkan untuk menentukan biaya keseluruhan.
5. Perhitungan biaya per unit produk adalah proses untuk menghitung seluruh biaya produksi satu unit produk Rumus : $\text{Harga per unit} = \frac{\text{Total cost}}{\text{jumlah unit yang di produksi}}$. Dengan membagi total biaya dengan

unit yang diperoleh, perusahaan akan mengetahui biaya buat tiap-tiap unit produk.

6. Pada langkah terakhir, biaya per unit yang sudah dihitung akan ditambahkan dengan margin keuntungan untuk menentukan harga jual akhir Rumus umum : $\text{Harga Jual} = \text{Biaya Per Unit} + \text{Margin Keuntungan}$.

Margin Keuntungan bisa bervariasi tergantung pada :

- a) Target Keuntungan Perusahaan.
- b) Kondisi pasar dan daya beli konsumen.
- c) Harga Kompetitor, ialah harga yang ditetapkan oleh bisnis saingan di pasar.
- d) Nilai tambahan dari barang ataupun jasa yang diberikan.

2.4 Definisi Operasional

Penelitian ini mencakup beberapa konsep utama:

1. Harga jual adalah nilai yang ditetapkan UMKM untuk menjual kerupuk emping melinjo, dihitung berdasarkan total biaya produksi dan margin keuntungan.
2. Kerupuk Emping Melinjo ialah produk makanan ringan dari biji melinjo yang diproses melalui penggorengan, pengeringan, dan pengemasan. ABC adalah pendekatan penetapan biaya yang membagi biaya sesuai dengan aktivitas yang dikonsumsi produk, mencakup identifikasi aktivitas, penentuan *cost driver*, dan perhitungan biaya per aktivitas.
3. “*Activity Based Costing*” (ABC) adalah pendekatan penetapan biaya yang membagi biaya sesuai dengan aktivitas yang dikonsumsi produk,

mencakup identifikasi aktivitas, penentuan *cost driver*, dan perhitungan biaya per aktivitas.

4. UMKM pada studi berikut ialah usaha mikro di Bengkulu yang memproduksi kerupuk emping melinjo. Biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead seperti biaya listrik serta pemeliharaan peralatan, dan biaya bahan baku seperti melinjo dan minyak goreng membentuk biaya produksi. Alokasi biaya didasarkan pada faktor biaya seperti jam kerja dan jumlah bahan baku. Margin keuntungan adalah persentase tambahan yang diinginkan UMKM dari total biaya produksi untuk memutuskan harga jual yang cocok pada target keuntungan. Semua definisi ini dirancang untuk memberikan kejelasan dan kemudahan dalam menganalisis penentuan harga jual berbasis metode ABC.