

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merujuk pada kegiatan usaha yang dibentuk oleh warga negara, baik berupa usaha pribadi ataupun badan usaha. Kategori UMKM pada dasarnya berdasarkan besarnya modal usaha saat pendirian. Bila modal usahanya mencapai maksimal satu milyar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), maka dikategorikan kelas Usaha Mikro. Usaha dengan modal usaha lebih dari satu milyar rupiah sampai dengan lima milyar rupiah masuk dalam kelas Usaha Kecil. Usaha dengan modal usaha lebih dari lima milyar rupiah sampai dengan sepuluh milyar rupiah masuk dalam kelas Usaha Menengah. Lebih besar dari ini, maka menjadi kelas Usaha Besar (Kadin, 2024).

Aliyah (2022) mendefinisikan UMKM sebagai bagian yang cukup besar dampaknya dalam perekonomian negara, karena sangat berperan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Keberadaan UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi negara serta dapat bermanfaat dan mendistribusikan pendapatan masyarakat.

Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp 9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja.

Berikut tabel pertumbuhan UMKM sejak tahun 2018 hingga 2023:

Tabel 1.1
Pertumbuhan UMKM Tahun 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64,19	65,47	64,00	65,46	64,20	66,00
Pertumbuhan (%)	-	1.98%	-2.24%	2.28%	-1.92%	2.80%

Sumber : Kamar Dagang dan Industri Indonesia (2024).

Berdasarkan pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM selama tahun 2018 hingga 2023 cukup fluktuatif. Di tandai dengan penurunan jumlah UMKM yang terjadi beberapa kali yaitu di tahun 2020 dan 2022. Tetapi pada tahun 2023, UMKM kembali menguat positif dengan jumlah yang lebih tinggi dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Menjaga pertumbuhan UMKM agar terus mengalami tren yang positif sangat penting, mengingat bahwa pelaku UMKM banyak menghadapi tantangan dalam berwirausaha yang mengancam eksistensi usahanya.

Naufalin (2020) melakukan penelitian terkait kendala yang menghambat pertumbuhan UMKM. Menurut hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kendala yang menjadi kelemahan bagi UMKM berasal dari faktor intern serta faktor ekstern, yaitu diantaranya: 1) merasa tidak memerlukan ataupun tidak pernah melakukan studi kelayakan, penelitian pasar, analisis perputaran uang tunai/kas, serta berbagai penelitian lain yang diperlukan suatu aktivitas bisnis, 2) tidak memiliki perencanaan sistem jangka panjang, sistem akuntansi yang memadai, anggaran kebutuhan modal, struktur organisasi dan pendelegasian wewenang, serta alat-alat kegiatan manajerial lainnya (perencanaan pelaksanaan serta pengendalian usaha) yang umumnya diperlukan oleh suatu perusahaan bisnis yang profit oriented, 3) pola pikir yang sempit dan terbatas pada jangka pendek dengan prinsip “*yang penting bisa makan*

hari ini”, 4) *labor turnover* (PHK) tinggi, 5) terlalu banyak biaya-biaya yang di luar pengendalian serta utang yang tidak bermanfaat, 6) Pembagian kerja yang tidak proposional, dan 7) kurangnya kemampuan dalam merencanakan dan menggunakan modal yang ada.

Padahal pengelolaan UMKM yang baik sangat penting dalam memaksimalkan perannya bagi perekonomian negara. UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan pertumbuhan ekonomi, dan memperbaiki kesejahteraan rakyat. Dalam konteks ini, peningkatan sektor UMKM memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat. Salah satu cara utama UMKM dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat adalah dengan menciptakan lapangan kerja. UMKM sering menjadi penghasil lapangan kerja terbesar di banyak negara, terutama di sektor informal. Dengan mempekerjakan penduduk lokal, UMKM membantu mengurangi tingkat pengangguran, mengurangi ketimpangan ekonomi, dan memberikan akses ekonomi kepada mereka yang kurang beruntung. Dalam beberapa kasus, UMKM juga memberikan peluang kerja bagi kelompok-kelompok marginal atau terpinggirkan seperti perempuan, kaum muda, atau komunitas adat (Vinatra, 2023).

Mengingat pentingnya peran UMKM bagi perekonomian negara, hendaknya bahwa pelaku UMKM memiliki kemampuan mumpuni dalam berwirausaha salah satunya dengan menentukan biaya modal dengan baik untuk mengetahui harga pokok produksi dan harga pokok penjualan dengan benar sehingga harga jual yang ditetapkan mampu memberikan laba yang sesuai dengan modal yang dikeluarkan.

Susanto (2019) mendefinisikan harga pokok produksi merupakan semua biaya produksi yang digunakan untuk memproses suatu bahan baku hingga menjadi barang jadi dalam suatu periode waktu tertentu. Penentuan harga pokok produksi digunakan untuk perhitungan laba atau rugi perusahaan yang akan dilaporkan kepada pihak eksternal perusahaan. Harga pokok produksi terdiri dari tiga elemen biaya produk yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Harga pokok produksi diperhitungkan dari biaya produksi yang terkait dengan produk yang telah selesai selama periode tertentu. Barang dalam proses awal harus ditambahkan dalam biaya produksi periode tersebut dan barang dalam persediaan akhir barang dalam proses harus dikurangkan untuk memperoleh harga pokok produksi.

Penentuan harga pokok produksi bertujuan untuk mengetahui berapa besarnya biaya yang dikorbankan dalam hubungannya dengan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi atau jasa yang siap untuk dijual dan dipakai. Menurut (Lendombela et al., 2021) bahwa perhitungan harga pokok produksi bermanfaat bagi UMKM khususnya yang bergerak dalam sektor manufaktur untuk menentukan harga jual produk, memantau realisasi biaya produk, menghitung laba atau rugi periode dan menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Berdasarkan pada fenomena yang terjadi di UMKM diungkapkan oleh (Syahroni, 2023) bahwa pelaku UMKM dalam menentukan harga pokok produksi hanya dengan perkiraan saja tidak ditentukan dengan perhitungan yang pasti. Baik secara administratif maupun pembukuannya UMKM kurang memperhatikan

perhitungan biaya. Padahal menurut (Narundana et al., 2024) perhitungan harga pokok produksi memiliki signifikansi yang besar dalam dunia bisnis, kesalahan dalam proses tersebut dapat berdampak pada penentuan harga jual produk. Konsekuensinya, harga jual produk dapat ditetapkan dengan nilai yang terlalu tinggi atau bahkan terlalu rendah. Menetapkan harga jual yang tinggi sebenarnya menciptakan citra negatif untuk UMKM. Jika situasi ini terjadi, produk yang ditawarkan mungkin mengalami kesulitan bersaing dengan produk sejenis yang ada di pasar. Sebaliknya, apabila harga jual produk terlalu rendah, hal tersebut dapat mengakibatkan pendapatan yang diperoleh menjadi minim. Keadaan semacam ini, pada akhirnya, dapat berakibat fatal pada kemungkinan kebangkrutan.

Selain dari penentuan harga pokok produksi. Penentuan harga pokok penjualan juga penting bagi suatu usaha. Menurut (Novietta et al., 2022), Harga Pokok Penjualan adalah sejumlah pengeluaran dan beban yang secara langsung atau pula tidak langsung dikeluarkan oleh perusahaan dengan maksud untuk menghasilkan suatu barang atau jasa. Setiap usaha haruslah mampu dalam penentuan harga pokok penjualannya bagi seluruh produk ataupun barang yang dijual agar memaksimalkan dalam perhitungan laba yang akan dicapai. Harga pokok penjualan sendiri dapat diubah untuk mencapai target pasar yang ditetapkan oleh produsen atau penjual. Meskipun harga pokok penjualan dapat dikatakan sebagai aspek yang cukup sederhana, namun jika ada masalah dalam penentuannya, kerugian dapat terjadi. Setiap biaya yang muncul dalam harga pokok penjualan adalah biaya yang terkait langsung dengan produk tertentu yang ditawarkan oleh suatu usaha.

Harga pokok penjualan berbeda dengan harga pokok produksi. Harga pokok produksi mencakup semua biaya yang diperlukan untuk memproduksi barang, sementara harga pokok penjualan mencakup harga pokok produksi ditambah dengan keuntungan yang diinginkan dari penjualan (Meroekh et al., 2018). Tuasikal dan Ajiz (2022) menjelaskan bahwa harga jual biasanya dibuat secara berulang-ulang karena harga jual dipengaruhi oleh perubahan lingkungan eksternal dan internal. Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau masalah biaya masa depan (*future cost*), kondisi pasar, reaksi pesaing, laba atau *return* yang diinginkan, dan sebagainya.

Salah satu permasalahan terkait hal penjualan, kebanyakan UMKM masih menggunakan akuntansi biaya tradisional dalam menghitung harga pokok penjualan. Kurangnya pengetahuan akan akuntansi biaya dan perkembangannya merupakan salah satu hal yang menjadi penyebab utama pelaku usaha masih menggunakan akuntansi biaya tradisional. Masalah efisiensi dan efektivitas dalam produksi mengakibatkan pelaku usaha kalah dalam persaingan yang semakin ketat. Karena produk yang dihasilkan oleh akuntansi tradisional tidak mencerminkan biaya secara keseluruhan (Giovanni & Ilat, 2021).

Penentuan harga pokok penjualan yang tepat sangat penting dalam menentukan harga jual yang tepat tidak terlalu rendah maupun tidak terlalu tinggi. Perhitungan biaya merupakan hal yang harus dilakukan dengan benar dan sesuai dengan tiap-tiap sumber daya yang digunakan dari setiap kegiatan yang dilakukan untuk menghasilkan barang tersebut karena jika terjadi kesalahan dalam

perhitungan biaya produksi, maka akan dapat mempengaruhi keputusan penentuan tarif produk dan tentunya nanti juga akan mempengaruhi keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan. Untuk memperoleh sistem penentuan tarif produk yang tepat, maka dibutuhkan informasi biaya yang akurat (Kurniawan et al., 2019). Salah satu metode yang dapat memberikan solusi dari masalah yang terjadi selama ini pada penentuan biaya produk adalah metode *full costing*.

Metode *full costing* merupakan metode penentuan biaya produksi yang menghitung semua unsur biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik baik yang berwujud variabel maupun tetap (Tandi & Dambe 2022). Menurut Karyadi dan Murah (2022) *full costing* menunda adanya pembebanan pada biaya *overhead* pabrik tetap menjadi biaya waktu barang yang diproduksi terjual. Oleh sebab itu biaya *overhead* pabrik yang berlangsung masih dianggap sebagai aktiva (dikarenakan berada di akun persediaan) sebelum laku terjual.

Kelebihan metode *full costing* dari metode lainnya adalah dimana metode ini menampilkan jumlah biaya *overhead* dengan sangat komprehensif sebab mengandung dua jenis biaya yaitu *overhead* tetap dan variabel. Metode ini juga mampu melakukan penundaan dalam biaya beban *overhead* ketika produk belum laku terjual dipasaran. Dalam penentuan harga pokok produksi dan penjualan, metode ini menghitung semua biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Meskipun memiliki kelemahan yang menyebabkan harga jual lebih tinggi dibandingkan metode lainnya, namun metode ini sangat cocok bila diterapkan dalam perhitungan harga pokok produksi dan penjualan (Adi, 2022).

Penelitian ini berfokus pada objek yaitu Kedai Herbal Serayu36. Kedai Herbal Serayu36 termasuk ke dalam kategori usaha mikro, kecil dan menengah. Hal ini berdasarkan pada hasil observasi bahwa total penjualan yang diperoleh pada periode Februari 2024 hingga Juli 2024 Rp 176.300.000, di mana total penjualan dari produk Minuman Herbal Akar Pepaya dan Daun Sukun serta Minuman Herbal Akar Alang-Alang pada periode Februari 2024 hingga Juli 2024 hanya sebesar Rp 3.748.000. Jika berdasarkan pada Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 bahwa Kedai Herbal Serayu36 termasuk ke dalam kategori usaha kecil karena penjualan lebih dari Rp 300.000.000,00 (Tiga ratus juta rupiah). Selain itu jumlah tenaga kerja dari Kedai Herbal Serayu36 hanya 3 orang saja, dan berdasarkan pada Badan Pusat Statistik (BPS) berdasarkan jumlah karyawan bahwa usaha kecil memiliki tenaga kerja sekitar 3-19 orang saja. Kategori usaha ini juga yang mendasari mengapa judul penelitian berfokus pada Usaha Mikro, Kecil dan Mencegah (UMKM) dikarenakan Kedai Herbal Serayu36 termasuk ke dalam kategori UMKM.

Fenomena yang terjadi pada Kedai Herbal Serayu36 bahwa meskipun total penjualan yang diperoleh cukup besar mencapai Rp 176.300.000, hanya saja laba yang diperoleh setelah dikurangi banyak beban keuangan dan administrasi menunjukkan total yang kecil hanya sebesar Rp 35.260.000 per 6 bulan atau rata-rata hanya Rp 5.877.000 setiap bulannya. Keuntungan ini dinilai kecil karena berdasarkan pada pengeluaran yang dilakukan oleh Kedai Herbal Serayu36 dalam manajemen usaha seperti pemasaran, aktivitas produksi yang menghabiskan banyak waktu dan tenaga, dan membayar banyak tenaga kerja, laba tersebut tidak sepadan.

Oleh karena itu perlunya strategi perbaikan dengan melakukan perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan dalam upaya mengevaluasi apakah harga jual yang ditentukan sudah sesuai. Tujuannya agar harga jual dapat diperbarui agar laba yang diperoleh sepadan dengan usaha yang telah dilakukan. Laba yang besar ini juga dapat digunakan oleh perusahaan sebagai tambahan modal untuk pengembangan usaha dan ekspansi usaha sehingga UMKM dapat lebih terus berkembang dan memberikan dampak yang maksimal baik bagi perekonomian pemilik usaha maupun perekonomian negara.

Penentuan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan sangat penting dilakukan pada UMKM, hal ini karena berkaitan dengan penerapan prinsip akuntansi dengan baik yang memberikan manfaat jangka panjang bagi usaha seperti memperoleh laba yang sesuai dengan modal yang dikeluarkan dan mempertahankan eksistensi usaha. Berdasarkan latar belakang penelitian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian empiris mengenai “ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN HARGA POKOK PENJUALAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang penelitian, rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penentuan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan yang ditetapkan oleh Kedai Herbal Serayu³⁶?
2. Bagaimana analisis penentuan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan pada Kedai Herbal Serayu³⁶ dengan metode *full costing*?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pada rumusan masalah penelitian, perlunya pembatasan masalah agar tujuan penelitian menjadi lebih fokus. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini mengingat bahwa ilmu akuntansi sangat luas, penelitian ini membatasi pembahasan mengenai analisis perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan pada UMKM yang menjadi fokus subjek dalam penelitian ini. Selain itu perhitungan harga pokok produksi dan penjualan difokuskan pada penjualan yang terjadi di bulan Februari 2024 hingga Juli 2024 pada Kedai Herbal Serayu36.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan penelitian dan batasan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penentuan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan yang ditetapkan oleh Kedai Herbal Serayu36.
2. Untuk menganalisis penentuan atau perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan pada Kedai Herbal Serayu36 dengan metode *full costing*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti sendiri sebagai seorang mahasiswa untuk membuktikan bahwa ilmu Akuntansi Biaya dan Manajemen yang telah dipelajari selama di perguruan tinggi telah

diimplementasikan kepada penelitian dan memberikan manfaat bagi banyak pihak.

- b. Penelitian ini bermanfaat karena dapat membuktikan bahwa penentuan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan sangat penting untuk kelangsungan usaha, dan diharapkan untuk berupaya meningkatkan pemahaman pelaku UMKM pada harga pokok produksi dan harga pokok penjualan agar memiliki kemampuan yang memadai untuk melakukan perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan dengan benar secara mandiri.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini bermanfaat bagi pelaku UMKM untuk memiliki kesadaran yang tinggi akan pentingnya penentuan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan dan berupaya untuk meningkatkan kemampuan tersebut demi kepentingan menjaga eksistensi atau kelangsungan usaha.
- b. Penelitian ini bermanfaat bagi pemerintah, mengingat bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian negara, agar pemerintah lebih aktif dalam mengadakan sosialisasi, pendampingan dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia pelaku UMKM agar memiliki kemampuan yang baik terkait akuntansi sehingga dapat menerapkan prinsip-prinsip akuntansi dengan baik di usahanya.
- c. Penelitian ini bermanfaat bagi penelitian selanjutnya sebagai referensi atau acuan penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 6 bab yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, gambaran umum perusahaan, pembahasan serta penutup. Untuk lebih jelaskan, berikut deskripsi masing-masing bab dalam penelitian.

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian terkait latar belakang; rumusan masalah; batasan penelitian; tujuan penelitian; manfaat penelitian; dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi uraian terkait *grand theory* penelitian; teori mengenai konsep atau topik utama penelitian yaitu UMKM, harga pokok produksi dan harga pokok penjualan; tinjauan penelitian terdahulu; dan kerangka pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian terkait jenis penelitian; pendekatan penelitian; tempat dan waktu penelitian; operasional konsep; jenis data; sumber data; teknik pengumpulan data; informan penelitian; dan teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini berisi uraian terkait gambaran umum objek penelitian atau perusahaan; gambaran umum subjek penelitian.

BAB V: PEMBAHASAN MASALAH

Pada bab ini berisi uraian pembahasan objek pengamatan atau hasil penelitian berupa reduksi; dan pembahasan penelitian.

BAB VI: PENUTUP

Pada bab ini berisi uraian terkait kesimpulan yang ditarik dari hasil dan pembahasan, saran yang direkomendasikan peneliti dan keterbatasan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Ahyar, M. K., & Abdullah, A. (2020). Membangun Bisnis dengan Ekosistem Halal. *Jurnal Pasar Modal dan Bisnis*, 2(2), 167-182.
- Akbar, F., & Fahmi, I. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *Jurnal ilmiah mahasiswa ekonomi manajemen*, 5(1), 62-81.
- Aliyah, N. (2022). *Pengaruh Digitalisasi terhadap Pertumbuhan UMKM di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 123-135.
- Anggraeni, R. (2022). Pentingnya legalitas usaha bagi usaha mikro kecil dan menengah. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(2), 77-83.
- Dalnial, H., Kamaluddin, A., Sanusi, Z. M., & Khairuddin, K. S. (2014). Accountability in financial reporting: detecting fraudulent firms. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 145, 61-69.
- Fiantika, R., Widodo, A., & Nugraha, D. (2022). *Dampak Adopsi Teknologi Finansial terhadap Kemudahan Akses Modal UMKM*. *Jurnal Teknologi Finansial*, 1(1), 25-35.
- Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Los Angeles: Sage Publications.
- Jumingan, S. (2019). *Kinerja UMKM dalam Menghadapi Persaingan Global*. *Jurnal Bisnis Internasional*, 2(3), 100-110.
- Karyadi, H. (2020). *Strategi Pengembangan Produk Lokal melalui UMKM Kreatif*. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 6(1), 70-80.
- Kasmir, K. (2019). *Analisis Pemanfaatan Pompa Air Untuk Irigasi Di Desa Rato Kecamatan Bolo Kabupaten Bima* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- Lendombela, T. J., Ilat, V., & Kalalo, M. Y. (2021). Penerapan Full costing Sebagai Alat Untuk Menghitung Harga Pokok Produksi Pada Ud. Mandiri Desa Pangu Kecamatan Ratahan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1).
- Meroekh, H. M. A., De Rozari, P. E., & Foenay, C. C. (2018). Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus

- Pricing (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Di Kupang). *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 7(2), 181-205.
- Naufalin, L. R. (2020). Tantangan pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(1), 95-102.
- Nazar, A. (2024). *Strategi Digitalisasi UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Global*. *Jurnal Manajemen Strategis*, 5(2), 95-105.
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh brand awareness dan brand image serta word of mouth terhadap brand trust dan pembentukan brand loyalty pada pelanggan Cbezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 1(2), 269-282.
- Saeful, I. (2018). *Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Kemandirian Usaha UMKM*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 55-65.
- Samryn, L. M. (2012). *Akuntansi Manajemen; Informasi Biaya untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi & Investasi*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Satibi, F. (2011). *Tantangan dan Peluang UMKM dalam Era Globalisasi Ekonomi*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 30-40.
- Septian, E. (2023). Analisis Produktivitas Kerja Pegawai Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima di Bagian Sumber Daya Manusia Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Sardjito. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 10(2), 655-662.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tandi, M., & Dambe, D. N. (2022). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Dan Variable Costing Pada Usaha Penjahit Dewanta. *JURNAL ULET (Utility, Earning and Tax)*, 6(1), 58-75.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01-08.
- Yudhantika, T., & Priyadi, M. P. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 8(5).