

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Akuntansi Manajemen

Menurut Hariyani (2018), akuntansi manajemen adalah penyusunan laporan keuangan dengan tujuan menghasilkan informasi atau data yang berguna bagi pihak internal perusahaan, khususnya manajemen, dan digunakan untuk pengambilan keputusan. Informasi atau data tersebut dapat berupa kebijakan yang tidak diungkapkan kepada pihak luar.

Sementara itu, seperti yang diungkapkan oleh Dwinanto Priyo Susetyo, Dadang Saepuloh, dan Deri Firmansyah (2020), Akuntansi Manajemen merupakan suatu proses yang melibatkan proses identifikasi, mengukur, akumulasi, penyusunan, analisis, interpretasi dan penyampaian informasi berkaitan dengan peristiwa yang digunakan dalam Akuntansi Manajemen. Hal ini merupakan bagian dari Akuntansi Keuangan dan berfungsi sebagai alat ekonomi yang dimanfaatkan oleh manajemen yaitu individu yang bertanggung jawab atas operasional perusahaan dalam bentuk melakukan perencanaan (*planning*), pengendalian (*controlling*), pengambilan keputusan (*decision-making*), dan penilaian kinerja organisasi atau perusahaan.

2.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Jenis usaha yang terdiri dari usaha mikro, kecil, dan menengah disebut juga dengan UMKM. Rudjito (2003) menegaskan bahwa UMKM merupakan salah satu jenis usaha yang memberikan manfaat bagi perekonomian Indonesia karena mampu menyediakan lapangan kerja baru dan meningkatkan penerimaan devisa negara melalui pajak perusahaan. Sebaliknya, UMKM sebagaimana didefinisikan oleh Adi M. Kwartono (2007) diartikan sebagai kegiatan ekonomi rakyat yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha itu berada. Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Bab 1 Pasal 1 adalah sebagai berikut :

- 1) Usaha Mikro adalah sebuah usaha produktif yang dimiliki secara orang pribadi atau kelompok usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sesuai aturan undang-undang.
- 2) Usaha Kecil adalah sebuah usaha yang berdiri secara sendiri dan tidak termasuk dalam anak perusahaan menengah atau besar yang dimilikinya ataupun berhubungan langsung dan tidak sesuai dengan aturan dalam UU.

3) Usaha Menengah adalah sebuah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung. Dan hasil laba bersih dan hasil penjualan tahunan diatur dalam undang-undang. Sehingga UMKM dapat diartikan sebagai pelaku usaha secara pribadi atau kelompok tapi tidak merupakan bagian dari perusahaan besar dan diatur berdasarkan undang-undang.

2.3 Penjualan

Penjualan menurut Basu Swastha (2001:8) adalah suatu ilmu dan seni yang mempengaruhi tingkah laku pribadi penjual dengan cara membujuk orang lain agar bersedia membeli barang yang diberikan. Keadaan dan kemampuan penjual, modal, keadaan pasar, dan organisasi usaha merupakan unsur-unsur yang mempengaruhi penjualan. Dalam bukunya Akuntansi Suatu Pengantar (1999: 124), Soemarso menyatakan bahwa penjualan bersih didefinisikan sebagai penjualan (pada nilai faktur) dikurangi retur, pengurangan harga, biaya transit terkait langganan, dan diskon penjualan tertentu.

2.4 Harga Pokok Penjualan

2.4.1 Pengertian Harga Pokok Penjualan

Menurut Bustomi (2013), perhitungan Harga Pokok Penjualan melibatkan pengurangan persediaan produk akhir dan menambahkan biaya produksi ke persediaan produk jadi awal, yang merupakan harga pokok penjualan selama periode berjalan. Sementara itu, Supriyono menulis dalam Macpal dkk. (2014:1497) bahwa “Harga perolehan atau harga biaya adalah suatu jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang berupa uang yang dibayarkan, atau nilai harta lain yang diserahkan atau dikorbankan, atau nilai jasa yang diberikan atau dikorbankan, atau utang yang timbul, atau tambahan modal.”

2.4.2 Klasifikasi Harga Pokok Penjualan

Menurut Bustomi (2013) dalam sebuah perhitungan Harga Pokok Penjualan terdapat biaya proses yang diklasifikasikan menjadi 3, yaitu :

1) **Biaya Bahan Baku**

Menurut Wiratna Sujarweni (2015), Biaya Bahan Baku adalah sebuah biaya yang terdiri dari bahan-bahan komponen utama yang akan membentuk keseluruhan dari produk jadi.

2) **Biaya Tenaga kerja**

Menurut Wiratna Sujarweni (2015), Biaya Tenaga Kerja adalah sebuah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membayar

tenaga kerja.

3) *Biaya Overhead Pabrik*

Menurut Mulyadi (2012), *Biaya Overhead Pabrik* adalah sebuah biaya produksi diluar dari biaya baku dan biaya tenaga kerja langsung.

2.4.3 Metode Harga Pokok Penjualan

1) *Metode Pesanan (Job Order Costing)*

Pengertian metode pemesanan perhitungan biaya pemesanan merupakan salah satu teknik akumulasi biaya yang dapat digunakan oleh pelaku usaha dengan proses produksi yang sporadis. Perhitungan biaya berdasarkan pesanan, menurut Bustomi (2013), adalah sistem akuntansi yang melacak biaya untuk pekerjaan tertentu, kontrak, tumpukan produk, atau pesanan dari pelanggan tertentu.

2) *Metode Proses (Job Process Costing)*

Pengertian metode proses dalam industri manufaktur produksi massal, dimana perkiraan biaya proses biasanya digunakan untuk memperhitungkan biaya produksi. Perhitungan biaya proses menurut Bustomi (2013) adalah suatu teknik yang membebankan tenaga kerja, bahan baku, dan overhead produksi ke suatu

departemen atau pusat biaya. Total biaya yang dikeluarkan oleh departemen atau pusat biaya dibagi dengan jumlah unit yang diproduksi di pusat biaya yang relevan untuk mendapatkan biaya yang terkait dengan setiap unit produk.

2.5 Profitabilitas

Profitabilitas menurut Agus Sartono (2011:122) adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan uang melalui hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Di sisi lain, Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016) mendefinisikan *profitabilitas* sebagai kapasitas perusahaan untuk menghasilkan uang dalam jangka waktu tertentu dan sebagai ukuran efektivitas operasionalnya secara keseluruhan. Sedangkan Prihadi (2020:166) menegaskan bahwa *profitabilitas* adalah kemampuan menghasilkan keuntungan.

2.6 Point Of Sales (POS)

2.6.1 Sejarah Point Of Sales (POS)

Pada tahun 1974, Gen Mosher Old Canal Café di Syracuse, New York menggunakan Point of Sales Software yang dibuat oleh Mosher beroperasi pada Apple II untuk menerima pesanan pelanggan di depan pintu masuk restoran yang kemudian mampu mencetak

lengkap rincian ke persiapan dapur. Kemudian di tahun 1985 Mosher memperkenalkan warna pertama layar sentuh antarmuka pada POS Software yang dioperasikan pada Atari ST, dan pada akhir abad-20 promosi software Point of Sales (POS) dipatenkan yang menyebabkan adopsi di seluruh dunia oleh banyak produsen kasir dan lainnya.

Perkembangan *Point of Sales (POS)* ini juga merupakan sebuah inovasi atau perkembangan era digital, dimana awalnya sebuah bisnis hanya menggunakan mesin kasir (*Cash Register*) yang hanya memberikan informasi penjualan yang telah dilakukan kepada customer. Kurangnya mesin kasir dalam memenuhi kebutuhan dalam sebuah bisnis seperti informasi stok barang, dan informasi laporan yang ada, membuat munculnya sistem kasir yang terintegrasi kepada laporan-laporan, baik laporan transaksi, item terjual maupun stok yang tersedia yang disebut dengan *Point of Sales (POS)*.

2.6.2 Pengertian *Point Of Sales (POS)*

Aplikasi *Point of Sales (POS)* membantu dalam mengelola berbagai jenis data yang diperlukan untuk pengambilan keputusan bisnis, antara lain data pembelian, penjualan eceran, transaksi utang, transaksi, retur pembelian, dan pelaporan transaksi (Sugihartono, Satoto, dan Widiyanto, 2015). *Point of Sales* juga dapat diartikan sebagai sebuah metode perangkat

keras dan lunak yang membentuk sebuah sistem dimana tujuannya adalah untuk memudahkan transaksi dengan pelanggan atau customer.

Dengan melalui *Point of Sales (POS)* mampu membantu sebuah bisnis atau usaha dalam memperoleh informasi penjualan, dan laba secara akurat dan terperinci secara mudah dan cepat melalui teknologi digital yang berkembang pesat saat ini, dan juga membantu sebuah bisnis atau usaha dalam mengambil keputusan dalam bisnisnya.

2.6.3 Manfaat *Point Of Sales (POS)*

Melalui *Point of Sales (POS)* mampu membantu pengelola bisnis dalam mempermudah melakukan transaksi dengan pelanggan, melakukan pendataan *inventory* barang, mengetahui laporan penjualan dan profit baik mingguan, bulanan, maupun tahunan, serta keamanan dalam transaksi lebih terjamin maupun dalam mendata stok barang, dimana pemantauan dapat dilakukan dengan online, sehingga kegiatan usaha mampu berjalan dengan lancar dan mampu membantu usaha lebih cepat berkembang.

2.6.4 Cara Kerja *Point Of Sales (POS)*

Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, sistem *Point of Sales (POS)* dapat digunakan secara digital. Dimana cara kerjanya

melalui aplikasi yang bisa digunakan. Proses kerja *Point of Sales (POS)*

adalah sebagai berikut :

