

BAB II

UKM DAN BIAYA

2.1 Usaha Kecil Menengah (UKM)

2.1.1 Pengertian UKM

Usaha Kecil Menengah atau disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu pada jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Berikut ini beberapa pendapat mengenai pengertian Usaha Kecil Menengah

1. Keputusan Presiden RI No. 99 tahun 1998 :

Pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.”

2. Badan Pusat Statistik (BPS)

Industri Kecil adalah sebuah perusahaan dengan jumlah tenaga kerja kurang dari 20 orang, termasuk yang dibayar, pekerja pemilik dan pekerja keluarga yang yang tidak dibayar. Selanjutnya BPS memberikan kriteria yang sederhana berdasarkan jumlah tenaga kerja atau unit usaha sebagai berikut :

- a) Industri rumah tangga dengan tenaga kerja 1-4 orang.
- b) Industri kecil dengan tenaga kerja 5-19 orang.
- c) Industri sedang dengan tenaga kerja 20-99 orang.

- d) Industri besar dengan tenaga kerja 100 orang lebih.
3. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah : UKM adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional, dengan kekayaan bersih Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan penjualan bersih tahunan Rp 300 juta Rp 2,5 miliar.
4. Departemen Keuangan
Usaha kecil adalah usaha produksi milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia yang memiliki aset penjualan paling banyak Rp 1 Milyar/tahun.

2.1.2 Karakteristik UKM

UKM (Usaha Kecil dan Menengah) sebagai suatu badan usaha memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik UKM secara umum adalah sebagai berikut :

1. Manajemen berdiri sendiri, dengan kata lain tidak ada pemisahan yang tegas antara pemilik dengan pengelola perusahaan. Pemilik adalah sekaligus pengelola dalam UKM.
2. Modal disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok kecil pemilik modal.
3. Daerah operasinya umumnya lokal, walaupun terdapat juga UKM yang memiliki orientasi luar negeri, berupa ekspor ke negara-negara mitra perdagangan.

4. Ukuran perusahaan, baik dari segi total aset, jumlah karyawan, dan sarana prasarana yang kecil.

Kriteria UKM menurut Undang-undang No.1 Tahun 1995 adalah sebagai berikut :

1. Kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000,-
3. Milik Warga Negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai perusahaan besar.
5. Bentuk usaha per orang, badan usaha berbadan hokum/tidak berbadan hukum, termasuk koperasi.
6. Usaha sektor industri memiliki total aset maksimal Rp5.000.000,-
7. Untuk sektor non industri memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp600.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan tahunan Rp3.000.000.000,- pada usaha yang dibiayai.

2.1.3 Perkembangan UKM di Indonesia

Perkembangan UKM di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari data BPS. Dari sisi jumlah, data BPS tahun 2009 menunjukkan bahwa pelaku mikro sangat dominan yaitu sebanyak 52,76 juta atau 99,99%. Sedangkan keberadaan

UMKM juga telah memberikan kontribusi secara nyata dalam penyerapan tenaga kerja yang mencapai lebih dari 96,2 juta. Jumlah UMKM sampai dengan tahun 2010 sebanyak Berikut unit usaha nasional berdasarkan skala usaha:

Jumlah Unit Usaha Nasional berdasarkan Skala Usaha

Tahun 2006-2010

Tahun	Usaha Besar (unit)	Usaha Menengah (unit)	Usaha Kecil (unit)	Usaha Mikro (unit)
2006	4577	36763	472602	48512438
2007	4463	38282	498565	49608953
2008	4650	39717	522124	50847771
2009	4677	41133	546675	52176795
2010	4838	42631	573601	53207500

Sumber data : www.depkop.go.id

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah pelaku usaha nasional berdasarkan Usaha Menengah, Usaha Kecil, dan Usaha Mikro setiap tahunnya mengalami perkembangan. Perkembangan usaha mikro dari tahun 2006-2010 adalah sebesar 4.695.062 unit atau 9,80%. Perkembangan usaha kecil dari tahun 2006-2010 sebesar 100.999 unit atau 21,37%. Sedangkan perkembangan usaha menengah adalah sebesar 5.868 unit atau 15,96%.

2.1.4 Peran UKM di Indonesia

Peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Hal ini karena potensinya sangat besar dalam menggerakkan perekonomian Indonesia, dan UKM ini sekaligus dapat menjadi sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Selain itu, UKM dapat membantu dalam mengurangi pengangguran karena penyerapan tenaga kerja UKM sangat besar. Berikut jumlah penyerapan tenaga kerja oleh UMKM dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

**Jumlah Penyerapan Tenaga Kerja UMKM dan UB
Tahun 2006-2010**

Tahun	Usaha Besar (orang)	Usaha Menengah (orang)	Usaha Kecil (orang)	Usaha Mikro (orang)
2006	2.441.181	2.698.743	3.139.711	82.071.144
2007	2.535.411	2.761.135	3.278.793	84.452.002
2008	2.765.205	2.694.069	3.519.843	87.810.366
2009	2.674.671	2.677.565	3.521.073	90.012.694
2010	2.839.711	2.759.852	3.627.164	93.014.759

Sumber data : www.depkop.go.id

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah penyerapan tenaga kerja dari sektor UMKM (usaha Mikro, usaha Kecil, usaha Menengah) sangat besar. Pada tahun 2006 penyerapan tenaga kerja UMKM sebesar 87.909.598 orang,

tahun 2007 meningkat menjadi 90.491.930, dan terus meningkat hingga tahun 2010 mencapai 99.401.775. Sedangkan, penyerapan tenaga kerja pada Usaha Besar sampai dengan tahun 2010 hanya mencapai 2.839.711 orang.

2.2 Biaya Produk

2.2.1 Pengertian Biaya

Penentuan biaya selalu menjadi fokus utama bagi para manajer. Dengan adanya penentuan biaya pada setiap unit produk, para manajer dapat terbantu dalam penyusunan strategi untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Penentuan biaya ini digunakan untuk penentuan harga jual produk.

Dewi Fitriasi dan Deny Arnos Kwary (Akuntansi Manajemen 2004:40), yaitu mendefinisikan “Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang dan jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi”.

Secara umum biaya dapat diartikan sebagai suatu pengorbanan ekonomis guna memperoleh imbalan berupa barang dan jasa yang dapat memberi manfaat ekonomis. Seringkali kita memakai istilah biaya disamakan dengan istilah beban. Namun, kedua istilah ini ternyata memiliki arti yang berlainan. Mengenai perbedaan kedua istilah ini dapat dilihat dari definisi berikut.

Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah (2009 : 22) di dalam buku Akuntansi Biaya mendefinisikan biaya (*cost*) adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna

untuk masa yang akan datang, atau memiliki manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan. Dalam pencatatan biaya dimasukkan dalam neraca sebagai aset (*assets*) perusahaan.

Sedangkan, beban (*expense*) didefinisikan sebagai biaya (*cost*) yang telah memberikan suatu manfaat (*expired cost*) dan termasuk pula penurunan dalam aset atau kenaikan dalam kewajiban sehubungan dengan penyerahan barang dan jasa dalam rangka memperoleh pendapatan, serta pengeluaran-pengeluaran yang hanya memberi manfaat untuk tahun buku berjalan.

Melalui definisi diatas, kita dapat menarik kesimpulan bahwa biaya (*cost*) akan menjadi beban (*expense*) jika manfaat dari barang atau jasa itu sudah diterima atau dengan kata lain biaya (*cost*) tersebut telah habis masa manfaatnya. Sedangkan jika, manfaatnya belum habis maka digolongkan menjadi aset (*assets*).

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya diperlukan untuk menyampaikan dan menyajikan data biaya agar berguna bagi manajemen dalam mencapai berbagai tujuannya. Sebelum memutuskan bagaimana mengalokasikan biaya dengan baik, manajemen dapat melakukan pengklasifikasian biaya atas berbagai dasar.

Ada beberapa cara pengklasifikasikan biaya yang dikemukakan oleh Ceciliy A. Raiborn dan Michael R. Kinney (2011 : 34), antara lain:

- a. Pengklasifikasian biaya berdasarkan objek biaya

Objek biaya (*cost object*) adalah segala sesuatu yang diinginkan oleh manajemen untuk mengumpulkan atau mengakumulasi biaya. Biaya yang terkait dengan segala macam objek biaya dapat diklasifikasikan sesuai dengan hubungannya dengan objek biaya. Oleh karena itu, biaya dapat dibagi menjadi dua golongan yaitu ;

1) Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang secara tepat dan ekonomis mudah dilacak ke objek biaya. Contoh: Biaya ban mobil yang digunakan untuk produksi mobil merupakan biaya bahan langsung, karena perusahaan dengan mudah dapat mengetahui data biaya bahan baku ini.

2) Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)

Biaya tidak langsung (*indirect cost*) merupakan biaya yang tidak secara ekonomis dapat dilacak ke objek biaya melainkan harus dialokasikan ke objek biaya. Contoh: Biaya lem yang digunakan untuk produksi mobil merupakan biaya tidak langsung, karena biaya ini tidak secara mudah dilacak oleh perusahaan.

b. Pengklasifikasian biaya berdasarkan reaksi terhadap perubahan dalam aktivitas.

1) Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang bervariasi dalam total proporsi yang langsung untuk perubahan dalam sebuah aktivitas. Biaya variabel ini berjumlah tetap per unitnya.

Biaya variabel sangatlah penting untuk total profitabilitas perusahaan, karena setiap saat sebuah produk diproduksi atau telah terjual, atau sebuah jasa yang telah diberikan, jumlah biaya variabel yang terkait tersebut terjadi.

2) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang selalu tetap dalam total di sebuah rentang aktivitas yang relevan. Pada dasarnya, untuk setiap unit, biaya tetap perubahannya berbanding terbalik dengan perubahan dalam tingkatan sebuah aktivitas. Biaya tetap per unit menurun apabila jumlah aktivitas meningkat. Sebaliknya biaya tetap ini akan meningkat, apabila jumlah aktivitasnya menurun.

3) Biaya Campuran (*Mixed Cost*)

Biaya campuran (*mixed cost*) adalah biaya lain yang tidak secara jelas dimasukkan dalam biaya tetap maupun biaya variabel. Pada dasarnya, biaya campuran untuk setiap unit tidak berubah-ubah dalam proporsinya yang langsung untuk berubah dalam sebuah aktivitas, ataupun jumlahnya akan tetap apabila aktivitasnya berubah.

4) Biaya Bertahap (*Step Cost*)

Biaya bertahap (*step cost*) merupakan jenis biaya lain yang berubah menjadi naik dan turun ketika aktivitas berubah dengan sebuah interval atau tahapan tertentu. Biaya bertahap (*step cost*)

dapat dikategorikan sebagai biaya variabel ataupun biaya tetap. Biaya variabel bertahap memiliki tahapan-tahapan kecil, sedangkan biaya tetap bertahap memiliki tahapan-tahapan yang besar.

c. Pengklasifikasikan berdasarkan pada laporan keuangan

- 1) Biaya belum berakhir (neraca)
- 2) Biaya yang telah kadaluwarsa/ beban (laporan laba rugi)
- 3) Biaya Produk (Product Cost)

Biaya produk (*product cost*) adalah biaya yang berhubungan dengan pembuatan atau pemerolehan produk atau penyediaan jasa yang secara langsung menghasilkan pendapatan untuk sebuah perusahaan. Biaya produk juga disebut sebagai biaya persediaan (*inventoriable costs*), yang meliputi biaya langsung (biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung) serta biaya tidak langsung (*overhead*). Elemen biaya overhead ini meliputi gaji pengawas pabrik, asuransi, biaya keperluan (utilitas) pada mesin-mesin produksi, peralatan dan fasilitas. Jumlah tenaga kerja langsung dan biaya overhead disebut biaya konversi (*conversion cost*). Biaya tersebut terjadi untuk mengubah bahan baku menjadi sebuah produk. Jumlah dari biaya bahan baku langsung dengan biaya tenaga kerja langsung disebut dengan biaya primer (*prime cost*)

4) Biaya Periode (*Period Cost*)

Biaya periode (*period cost*) adalah biaya yang lebih berhubungan dengan fungsi-fungsi bisnis daripada produksi, seperti penjualan dan administrasi.

2.2.3 Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi pada dasarnya menunjukkan harga pokok produk (barang dan jasa) yang diproduksi dalam suatu periode akuntansi tertentu. Secara umum harga pokok produksi dapat didefinisikan sebagai seluruh biaya yang dikorbankan dalam proses produksi untuk mengelola bahan baku menjadi barang jadi. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Berikut ini definisi harga pokok produksi menurut beberapa pendapat :

1. Cecily A. Raiborn dan Michael R. Kinney mendefinisikan harga pokok produksi (*Cost of goods manufactured*) yaitu “total produksi biaya barang-barang yang telah selesai dikerjakan dan ditransfer dalam persediaan barang selama sebuah periode.”
2. Mulyadi (2007:10) mendefinisikan “harga pokok produksi adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan.

Mulyadi lebih lanjut menjelaskan bahwa biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan pengolahan

bahan baku menjadi barang jadi. Sedangkan Supriyono (1999:144) berpendapat bahwa biaya-biaya dalam penentuan harga pokok produksi terdiri dari tiga unsur :

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya bahan yang dipakai untuk diolah dan akan menjadi barang jadi. Bahan dari suatu produk merupakan bagian terbesar yang membentuk suatu produk jadi, sehingga dapat diklasifikasikan secara langsung dalam harga pokok produk dari setiap macam barang tersebut.

b. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja merupakan balas jasa yang diberikan kepada karyawan produksi baik secara langsung maupun tidak langsung turut mengerjakan produksi barang yang bersangkutan.

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead Pabrik merupakan biaya yang tidak dapat dibebankan secara langsung pada suatu hasil produk. Biaya ini meliputi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja.

2.2.4 Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Penentuan harga pokok produksi dalam perusahaan merupakan hal penting yang harus dilakukan. Penentuan harga pokok produksi dibutuhkan untuk menentukan harga jual dari produk. Selain itu, penentuan harga pokok produksi juga bermanfaat dalam penentuan strategi perusahaan.

Mulyadi (2007:41) mengemukakan manfaat dari penentuan harga pokok produksi secara garis besar adalah sebagai berikut :

1. Menentukan Harga Jual Produk

Biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per unit produk. Dalam penentuan harga jual produk, biaya produksi unit ini merupakan data yang menjadi pertimbangan.

2. Memantau Realisasi Biaya Produksi

Manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan. Informasi biaya ini akan dibandingkan dengan rencana biaya produksi yang telah ditetapkan. Oleh sebab itu, akuntansi biaya digunakan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

3. Menghitung Laba Rugi Periodik

Informasi biaya bermanfaat untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba. Manajemen memerlukan informasi biaya produk yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu.

4. Menentukan Harga Pokok Persediaan Produk Jadi dan Produk Dalam Proses yang Disajikan dalam Neraca.

Saat perusahaan diuntut untuk membuat pertanggungjawaban per periode, perusahaan harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi, yang menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok yang pada tanggal neraca masih dalam proses. Biaya yang melekat pada produk jadi yang belum terjual pada tanggal neraca disajikan sebagai harga pokok persediaan produk jadi. Sedangkan, biaya produksi yang melekat pada barang yang pada tanggal neraca masih dalam proses produksi disajikan dalam neraca sebagai harga pokok produk dalam proses.

2.2.5 Metode Pengumpulan Harga Pokok Produk

Secara ekstrim pola pengumpulan harga pokok produk dapat dikelompokkan menjadi dua metode yaitu: Metode Harga Pokok Pesanan dan Metode Harga Pokok Proses. Penerapan metode tersebut pada suatu perusahaan tergantung pada sifat atau karakteristik pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang akan mempengaruhi pengumpulan harga pokok produk yang digunakan. (Supriyono : 1992)

1. Metode Harga pokok Pesanan (*Job Order Cost Method*)

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah. Pengolahan produk akan dimulai setelah datangnya pesanan dari langgan/pembeli melalui dokumen

pesanan penjualan (*sales order*), yang memuat jenis dan jumlah produk yang dipesan, spesifikasi pesanan, tanggal pesanan diterima dan harus diserahkan.

Atas dasar pesanan penjualan akan dibuat perintah produksi (*production order*) untuk melaksanakan kegiatan produksi sesuai dengan yang dipesan oleh pembeli.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan produksi untuk melayani pesanan dan sifat produksinya akan terputus-putus, selesai diolah pesanan yang satu dilanjutkan pengolahan pesanan yang lainnya.

Pada harga pokok pesanan, harga pokok dikumpulkan untuk setiap pesanan sesuai dengan biaya yang dinikmati oleh setiap pesanan.

Jumlah biaya produksi setiap pesanan akan dihitung pada saat pesanan selesai. Contoh perusahaan yang memproduksi atau menghasilkan jasa atas dasar pesanan misalnya: percetakan, kontraktor bangunan, kantor akuntan atau konsultan, pabrik botol, dan sebagainya.

2. Metode Harga Pokok Proses (*Process Cost Method*)

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya bulan, triwulan, semester, dan tahun.

Pada metode harga pokok proses perusahaan menghasilkan produk yang homogen, bentuk produk bersifat standar, dan tidak tergantung spesifikasi yang diminta oleh pembeli.

Kegiatan produksi perusahaan ditentukan oleh budget produksi atau skedul produksi untuk satuan waktu tertentu yang sekaligus dipakai dasar oleh bagian produksi untuk melaksanakan produksi.

Tujuan produksi untuk mengisi persediaan yang selanjutnya akan dijual kepada pembeli, oleh karena sifat produk homogen dan bentuknya standar maka kegiatan produksi dapat dilaksanakan secara kontinyu atau terus-menerus. Jumlah total biaya pada harga pokok proses dihitung setiap akhir periode dengan menjumlah semua elemen biaya yang dinikmati produk dalam satuan waktu yang bersangkutan. Contoh perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa atas dasar proses misalnya: pabrik semen, kertas, petrokimia, tekstil, penyulingan minyak mentah, PLN, air minum, perusahaan angkutan dan sebagainya.

Dari uraian diatas apabila dibandingkan karakteristik dari metode harga pokok pesanan dan harga pokok proses sebagai berikut:

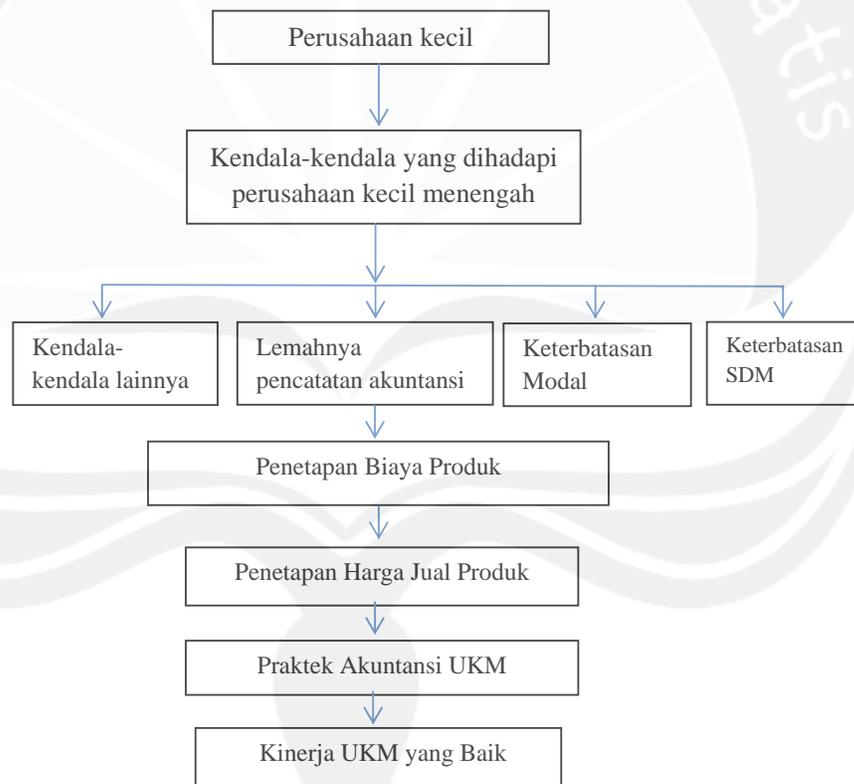
Karakteristik Metode Harga Pokok Pesanan dan Metode Harga Pokok Proses

Segi Perbedaan	Metode Harga Pokok Pesanan	Metode Harga Pokok Proses
Dasar kegiatan produksi	Pesanan langganan	Budget produksi
Tujuan produksi	Untuk melayani pesanan	Untuk persediaan yang akan dijual
Bentuk produk	Tergantung spesifikasi pemesan dan dapat dipisahkan identitasnya	Homogen dan standar
Biaya produksi dikumpulkan	Setiap pesanan	Setiap satuan waktu
Kapan biaya produksi dihitung	Pada saat suatu pesanan selesai	Pada akhir periode/ satuan waktu
Menghitung harga pokok	Harga Pokok Pesanan tertentu : Jumlah produk pesanan yang bersangkutan	Harga pokok periode tertentu : Jumlah produk periode yang bersangkutan

Contoh Perusahaan	Percetakan, kontraktor, konsultan, kantor akuntan	Semen, kertas, tekstil, petrokimia, penyulingan minyak, PLN, air minum, angkutan
-------------------	---	--

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada gambar di bawah ini, peneliti mencoba untuk menjelaskan dan mendeskripsikan alur penelitian yang dilakukan kedalam sebuah bentuk kerangka atau pemikiran.



Perkembangan perusahaan kecil menengah di Indonesia sangat pesat.

Dengan pertumbuhan yang pesat ini, perusahaan kecil menengah mampu menjadi

tulang punggung perekonomian Indonesia. Perusahaan kecil menengah dapat memberi kontribusi yang besar bagi Indonesia. Perusahaan kecil menengah dapat memberi kontribusi dalam peningkatan pendapatan bruto domestik (PDB) dan juga dapat menyerap tenaga kerja.

Dalam perkembangannya, perusahaan kecil menengah ini sering mengalami kendala-kendala. Kendala-kendala yang dihadapi perusahaan kecil menengah ini seperti: keterbatasan modal, lemahnya pencatatan akuntansi, keterbatasan SDM, dan masih banyak kendala lainnya. Adanya kendala-kendala ini membuat perkembangan perusahaan kecil menengah ini menjadi kurang maksimal.

Perusahaan kecil menengah memiliki kendala dalam pencatatan akuntansi mengenai biaya produknya. Apabila perhitungan biaya produk tidak benar maka akan menimbulkan harga jual yang tidak baik dan akan mempengaruhi laba / keuntungan perusahaan. Sebaliknya, apabila perhitungan biaya produk dilakukan dengan baik dan benar maka akan mempengaruhi penetapan harga jual yang baik sehingga praktik akuntansi yang dilakukan menjadi lebih baik dan kinerja dari perusahaan kecil menengah ini juga baik.