

SKRIPSI

ANALISIS *DIFFERENTIAL COST* UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA *ONLINE SHOP* DI MAKASSAR

(Studi Kasus pada Lokal *Brand* Makassar @Heijab.id)

Anjelita
A031181334



DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022

SKRIPSI

ANALISIS *DIFFERENTIAL COST* UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA *ONLINE SHOP* DI MAKASSAR

(Studi Kasus pada Lokal *Brand* Makassar @Heijab.id)

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

Anjelita
A031181334



DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022

SKRIPSI

ANALISIS *DIFFERENTIAL COST* UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA *ONLINE SHOP* DI MAKASSAR (Studi Kasus pada Lokal *Brand* Makassar @Heijab.id)

disusun dan diajukan oleh

ANJELITA
A031181334

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 29 September 2022

Pembimbing I

Prof. Dr. Syarifuddin, S.E., Ak., M.Soc, Sc, CA
NIP. 196302101990021001

Pembimbing II

Dr. Yohanis Rura, S.E., Ak., M.SA, CA
NIP. 196111281988111001

Ketua Departemen Akuntansi Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas
Hasanuddin



Dr. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si.
NIP. 196503071994031003

SKRIPSI

ANALISIS *DIFFERENTIAL COST* UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA *ONLINE SHOP* DI MAKASSAR (Studi Kasus Pada Lokal *Brand Makassar @Heijab.Id*)

disusun dan diajukan oleh

Anjelita
A031181334

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **8 Desember 2022** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Panitia Penguji

No. Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1. Prof. Dr. Syarifuddin, S.E., Ak., M.Soc, Sc, CA	Ketua	1..... 
2. Dr. Yohanis Rura, S.E., Ak., M.SA, CA	Sekretaris	2..... 
3. Afdal, S.E., M.Sc, Dec., Ak	Anggota	3..... 
4. Dra. Hj. Nurleni, Ak., M.Si., CA	Anggota	4..... 

Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si.
NIP. 196503071994031003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

nama : Anjelita

N I M : A031181334

departemen/program ptudi : Akuntansi/Strata Satu (S1)

dengan ini menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

**ANALISIS *DIFFERENTIAL COST* UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PADA *ONLINE SHOP* DI MAKASSAR
(Studi Kasus pada Lokal *Brand Makassar @Heijab.Id*)**

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 29 September 2022

Yang membuat pernyataan,



Anjelita

PRAKATA

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang disusun untuk menyelesaikan studi jenjang Strata Satu (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut serta membantu menyelesaikan skripsi ini. Pertama-tama, ucapan terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. Syarifuddin, S.E., Ak., M.Soc, Sc, CA, selaku pembimbing pertama dan Bapak Dr. Yohanis Rura, S.E., Ak., M.SA, CA selaku pembimbing kedua yang telah meluangkan waktunya, memberikan motivasi dan bantuan literatur serta diskusi-diskusi yang telah dilakukan dengan peneliti.

Ucapan terima kasih juga peneliti tujukan kepada pemilik *brand* Hejib atas informasi yang telah diberikan telah mendukung penelitian ini sehingga penelitian ini berjalan dengan lancar. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Terakhir, ucapan terima kasih kepada ayah dan ibu, saudara, sahabat, dan teman atas bantuan, nasehat dan motivasi yang diberikan selama penelitian skripsi ini. Semoga semua pihak mendapat kebaikan dari-Nya atas bantuan yang diberikan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggungjawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Makassar, 29 September 2022

Penulis

ABSTRAK

**Analisis *Differential Cost* untuk Pengambilan Keputusan pada *Online Shop* di Makassar
(Studi Kasus Pada Lokal Brand Makassar @Heijab.id)**

***Analysis of Differential Cost for Decision Making at an Online Shop in Makassar
(Case Study on Local Brand Makassar @Heijab.id)***

Anjelita
Syarifuddin
Yohanis Rura

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penjualan seperti apa yang paling efektif, apakah secara *offline*, *online* atau gabungan dari keduanya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian adalah lokal *brand* Makassar yaitu Heijab. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi toko, wawancara dengan pemilik serta dokumentasi atas catatan laporan keuangan. Berdasarkan hasil penelitian menurut perhitungan *differential cost*, beban yang dikeluarkan pada bisnis *offline* lebih besar dibandingkan pada bisnis *online*. Namun secara pendapatan diferensial dan laba diferensial yang didapatkan pada bisnis *offline* lebih besar dibandingkan bisnis *offline*. Walaupun secara laba diferensial *offline* lebih menguntungkan tidak dapat dipungkiri bahwa Heijab juga memerlukan bisnis *online* untuk memperluas jangkauan konsumen.

Kata Kunci: *Bisnis online, bisnis offline, dan differential cost.*

This study aims to find out what kind of sales are the most effective, whether offline, online or a combination of the two. This research is a descriptive qualitative research. The research subject is the local brand Makassar, namely Heijab. The data used are primary data and secondary data. Data collection techniques with store observation, interviews with owners and documentation of financial statement records. Based on the result of the study, according to the calculation of the differential cost, the expenses incurred on the offline business is greater than the online business. However, differentially the differential revenue and differential profit in offline businesses are greater than online businesses. Even though online sales are more profitable, it cannot be denied that Heijab also needs online businesses to expand reach.

Keywords: *Online business, offline business, and differential cost.*

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Teoretis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Akuntansi Biaya.....	8
2.1.1 Peranan Akuntansi Biaya	10
2.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya	10
2.1.3 Konsep Biaya	12
2.2 Analisis Biaya Diferensial (<i>Differential Cost</i>)	15
2.2.1 Kriteria Analisis <i>Differential cost</i>	17
2.2.2 Manfaat Analisis <i>Differential Cost</i>	18
2.3 Pengambilan Keputusan.....	19
2.4 <i>Online shop</i>	20

2.5	Tinjauan Empirik.....	21
2.6	Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Rancangan Penelitian.....	28
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.3	Jenis dan Sumber Data	28
3.3.1	Data Primer	29
3.3.2	Data Sekunder	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5	Instrumen Penelitian	30
3.6	Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian	32
4.1.1	Gambaran Umum <i>Brand</i>	32
4.1.2	Struktur Organisasi <i>Brand</i> Heijab	33
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	39
4.2.1	Laba Diferensial	47
PENUTUP		51
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Saran.....	51
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....		53
LAMPIRAN.....		56

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	21
Tabel 4. 1 Penjualan Secara <i>Online</i> dan <i>Offline</i> Bulan Januari-Juli 2022.....	39
Tabel 4. 2 <i>Differential Cost</i> Bulan Januari-Juli 2022.....	40
Tabel 4. 3 Beban Internet Bulan Januari-Juli 2022.....	41
Tabel 4. 4 Beban Sewa Model Bulan Januari-Juli 2022	41
Tabel 4. 5 Beban Gaji Karyawan Bulan Januari-Juli 2022.....	42
Tabel 4. 6 Beban <i>Packaging</i> Bulan Januari-Juli 2022	44
Tabel 4. 7 Beban <i>Endorsement</i> Bulan Januari-Juli 2022.....	45
Tabel 4. 8 Beban Listrik dan Sewa Toko Bulan Januari-Juli 2022.....	46
Tabel 4. 9 Laba Diferensial Bulan Januari-Juli 2022	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 <i>Website E-commerce</i> Terpopuler di Asia Tenggara	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi <i>brand</i> Heijab	34
Gambar 4. 2 Faktor yang Menarik saat Berbelanja di <i>E-commerce</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Perizinan Berusaha	56
Lampiran 2 Surat Keputusan Gubernur	58
Lampiran 3 PP Nomor 7 Tahun 2021.....	60
Lampiran 4 PP Nomor 36 Tahun 2021.....	66
Lampiran 5 Foto Wawancara dengan Pihak Hejrab	79

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dimiyati dan Afandi (2018) mengatakan adanya internet, teknologi, dan globalisasi menciptakan suatu perekonomian baru. Perekonomian lama didasarkan pada pemikiran yang mengacu pada pengelolaan industri manufaktur, sedangkan perekonomian baru didasarkan pada pemikiran yang mengacu pada pengelolaan informasi dan industri informasi. Perekonomian yang baru menyatakan bahwa pesaing yang memiliki sistem informasi terbaik dalam mengelola informasi akan menjadi pemenang. Internet dapat memberikan kemampuan baru baik bagi produsen maupun pelanggan. Pada perekonomian lama, perusahaan dituntut untuk mencari pelanggan, akan tetapi pada perekonomian baru justru pelanggan yang menjadi pemburu untuk mencari produk/produsen yang mampu memecahkan masalah kebutuhan pelanggan tersebut.

Bisnis yang berkembang di era digital harus ditujukan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dengan memberikan cara yang paling mudah kepada pelanggan untuk mendapatkan produk/jasa yang mereka butuhkan, meminimalkan waktu dan biaya yang dikeluarkan pelanggan untuk melakukan pencarian, pemesanan dan penerimaan produk dan jasa yang dibutuhkan. Salah satunya yang menjadi pertimbangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat di era digital adalah kemajuan teknologi yang semakin canggih. Kualitas serta akses yang mudah membuat kemajuan teknologi semakin dilirik oleh masyarakat.

Pertumbuhan ekonomi menjadikan persaingan bisnis semakin tak terhindar. Persaingan tidak hanya terjadi secara langsung, namun pemilik usaha

juga bersaing secara tidak langsung oleh pelaku usaha digital. Di era yang penuh dengan kemudahan arus digital membuat persaingan bisnis semakin kompetitif dan sulit untuk diprediksi. Semua lini bisnis dituntut untuk terus melakukan perbaikan dan penyesuaian terhadap teknologi agar eksistensi perusahaan tidak tergerus oleh kompetitor yang lebih dulu dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi digital. *E-commerce* menjadi salah satu produk dari canggihnya perkembangan teknologi. Banyak perusahaan yang akhirnya menggantungkan penjualan mereka melalui *e-commerce*. *E-commerce* hadir untuk membantu pelaku usaha mempercepat serta meningkatkan penjualan dengan berbasis teknologi. *E-commerce* memberikan kemudahan untuk konsumen melakukan proses transaksi jual beli tanpa mengenal waktu dan tempat.

Menurut (Wong, 2010) *e-commerce* adalah pemanfaatan jaringan komputer atau internet melalui sistem elektronik untuk melakukan transaksi jual beli. Perkembangan bisnis digital semakin memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Konsumen tidak lagi datang langsung ke toko guna memperoleh barang yang dibutuhkan, cukup menggunakan *smartphone* yang terhubung dengan jaringan internet. Sistem pembayaran juga semakin fleksibel, konsumen tidak perlu membawa uang secara berlebihan karena sudah tersedia berbagai macam jenis pembayaran secara digital *e-wallet*, seperti Ovo, Dana, ShopeePay, dan lain-lain. Banyak pilihan *e-commerce* yang ada di Indonesia, misalnya Shopee, Tokopedia, Buka Lapak dan Lazada.

Gambar 1. 1 Website E-commerce Terpopuler di Asia Tenggara

Peringkat	Indonesia	Malaysia	Singapura	Thailand	Flipina	Vietnam
1	Tokopedia	Shopee	Shopee	Shopee	Shopee	Shopee
2	Shopee	PG Mall	Lazada	Lazada	Lazada	The Gioi Di Dong
3	Lazada	Lazada	Amazon	Central Online	Zalora	Dien May Xanh
4	Bukalapak	Zalora	Qoo10	JD Central	Ebay	Lazada
5	Orami	GoShop	Castiery	HomePro	Beauty MNL	Tiki

Sumber : iPrice (2022)

Hasil survey yang dilakukan oleh iPrice tahun 2022, lima dari enam Negara di Asia Tenggara menunjukkan Shopee menjadi *e-commerce* dengan pengunjung paling banyak. Awal tahun 2022 Shopee mendapat kunjungan sebanyak 421 juta. Dari enam Negara di Asia Tenggara hanya di Indonesia yang *e-commerce* lokalnya mampu menyaingi Shopee dan Lazada. Tokopedia menjadi *e-commerce* dengan pengunjung paling banyak di Indonesia, kuartal pertama di tahun 2022 Tokopedia mendapat kunjungan sebanyak 157 juta.

Berdasarkan survei Alvara Research Center (2022) Shopee menjadi layanan *e-commerce* paling digemari oleh generasi muda di Indonesia. Sebanyak 69,9% responden generasi Z memilih Shopee sebagai pilihan utama berbelanja *online* dan generasi milenial memilih sebanyak 64,2%. Peringkat kedua diduduki oleh *e-commerce* asal Singapura yaitu Lazada, sebanyak 23,3% berasal dari generasi Z dan 20,6% berasal dari generasi milenial. Selanjutnya, *e-commerce* asal Indonesia, yaitu Tokopedia dipilih oleh generasi Z sebesar 14,5% dan 15,5% dipilih oleh generasi milenial.

Sistem informasi yang dimiliki pelaku usaha bisa memberikan kebermanfaatan yang besar untuk menghasilkan produk dengan biaya yang lebih murah dari kompetitor. Untuk meningkatkan keunggulan dan kinerja bisnis,

sumber daya yang terlibat harus mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi, utamanya dalam inovasi digital dan cara untuk mengimplementasikan pada dunia bisnis. Kemajuan teknologi membuat perubahan dalam dunia bisnis semakin nyata dan hanya ada dua pilihan, yaitu: perusahaan harus mampu mengintegrasikan seluruh sumber daya yang dimiliki dengan terus berupaya berinovasi dalam bidang digital yang akan membantu perkembangan bisnis, atau tetap bertahan pada sistem tradisional yang lambat laun semakin tidak sesuai perkembangan teknologi dengan resiko akan ketinggalan zaman dan tidak menutup kemungkinan dapat menyebabkan kebangkrutan bisnis (Diandra dan Syahputra, 2021).

Upaya perusahaan dalam meningkatkan sumber daya kinerja bisnis di era inovasi digital bergantung pada *mindset* bisnis, kapabilitas jaringan, kapabilitas digital individu, dan informasi konsumen. Tidak dapat dipungkiri semua pelaku bisnis akan menghadapi persaingan bisnis. Untuk terus mampu berkompetisi perlu beberapa hal yang harus diandalkan seperti, kapasitas dan kapabilitas eksternal dan internal. Perubahan dinamika bisnis terus berjalan searah dengan perkembangan transformasi digital dan kemajuan inovasi digital. Mencegah agar tidak termakan oleh zaman, mau tidak mau perusahaan harus mengintegrasikan keunggulan sumber daya dengan kemajuan teknologi digital (Primadasa, 2019).

Akuntansi diferensial sebagai bagian informasi penting yang diperlukan untuk menjadi landasan pengambilan keputusan dan perencanaan. Perusahaan biasanya sehari-hari akan menghadapi tantangan pengambilan keputusan. Manajemen akan membuat keputusan tentang pemilihan alternatif kegiatan dalam merencanakan pelaksanaan jangka pendek serta mengambil keputusan untuk jangka panjang.

Heijab merupakan salah satu *brand* yang awalnya hanya memasarkan produk melalui media pemasaran *online*. Heijab didirikan pada tahun 2016 (Nomor Induk Berusaha: 1908220055171) oleh Chusnul Fatiha Chairan dengan sang suami Fadly Yashari. Saat ini Heijab telah berkembang menjadi local *brand* yang menghasilkan produk *fashion* muslim seperti baju, celana, dan mukenah sebagai alat untuk perlengkapan salat. Penelitian ini dilakukan pada distributor *brand* Heijab dengan tujuan membantu dalam mengambil keputusan penjualan. Dalam proses pengambilan keputusan untuk menentukan laba diferensial, maka biaya diferensial akan dibandingkan oleh besarnya pendapatan diferensial. Pendapatan diferensial merupakan pendapatan yang berbeda akibat banyaknya pilihan alternatif untuk pengambilan keputusan. Laba diferensial merupakan laba yang didapatkan berbeda jumlahnya pada banyaknya macam alternatif pilihan dalam pengambilan keputusan. Pada *brand* Heijab perhitungan laba diferensial dilakukan dengan membandingkan antara biaya diferensial yang didapatkan dari penjualan *online* dan *offline*.

Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai *differential cost* dengan melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Differential Cost untuk Pengambilan Keputusan pada Online Shop di Makassar (Studi Kasus Pada Lokal Brand Makassar @Heijab.id)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini menurut latar belakang ialah bagaimana analisis biaya diferensial dalam pengambilan keputusan pada *Online Shop* di Makassar (Studi Kasus pada *brand @Heijab.id*).

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengetahui analisis biaya diferensial dalam pengambilan keputusan pada *Online Shop* di Makassar (Studi Kasus pada *brand @Heijab.id*).

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini berguna bagi banyak pihak, termasuk masyarakat dan pihak-pihak yang terlibat dalam masalah yang diteliti.

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Penelitian ini bisa berkontribusi pada pemikiran selanjutnya yang membantu perencanaan laba masa depan oleh manajemen. Selain itu, peneliti berikutnya harus dapat mengembangkan penelitian ini untuk kemajuan ilmu pengetahuan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini bisa dimanfaatkan untuk membantu pembaca dan masyarakat umum dalam mengambil keputusan menggunakan analisis *differential cost*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan pada skripsi ini adalah:

BAB I: Merupakan bab pendahuluan yang menguraikan dengan singkat tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

- BAB II: Sebagai landasan teoretis yang menjelaskan beberapa teori pada penelitian ini.
- BAB III: Merupakan metode penelitian yang isinya yaitu rancangan, tempat dan waktu, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, analisis data, dan analisis deskriptif.
- BAB IV: Menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan tentang sejarah pendirian perusahaan, lokasi dan fasilitas yang dimiliki, struktur organisasi, tugas setiap departemen di sepanjang lini bisnis perusahaan, dan diskusi lengkap tentang *differential cost* pada *brand* Heijab.
- BAB V: Merupakan bab yang menguraikan kesimpulan, saran, dan keterbatasan pada penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Biaya

Biaya dan beban sering diartikan dengan istilah yang sama, namun kedua teori tersebut memiliki arti teoretis yang berbeda.

Berdasarkan PSAK No.16 Tahun 2017 “biaya (*cost*) merupakan jumlah kas yang dibayarkan atau nilai wajar dari imbalan yang dapat diserahkan untuk mendapatkan aset pada saat perolehan”. Menurut Hansen dan Mowen (2012), definisi biaya ialah nilai kas atau setara kas yang dikeluarkan dalam memperoleh produk atau jasa dengan harapan untuk memperoleh kegunaan sekarang atau di masa depan dalam sebuah perusahaan. Biaya sebagai segala sesuatu yang harus dikeluarkan dalam memperoleh laba dan manfaat di masa mendatang.

Firdaus dan Wasilah (2009) mengartikan biaya dan beban yaitu: “Biaya (*cost*) adalah pengeluaran- pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang dan jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan. Sedangkan beban (*expense*) adalah biaya yang telah memberikan suatu manfaat dan termasuk pula penurunan dalam aset atau kenaikan dalam kewajiban sehubungan dengan penyerahan barang dan jasa dalam rangka memperoleh pendapatan.”

Biaya yaitu sumber produksi yang dikorbankan dalam memperoleh suatu sasaran/tujuan tertentu, yang dinilai dalam satuan nilai uang yang telah terjadi/mungkin terjadi dan mendatangkan kebermanfaatan di masa mendatang (Ishak dan Sugiono, 2015). Biaya adalah sumber daya yang dilepaskan atau dikorbankan dalam memperoleh tujuan tertentu (Horngren, 2008). Biasanya,

biaya (bahan baku langsung) dinilai dalam jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh produk atau jasa.

Biaya juga dikenal sebagai agregat harga karena istilah ini dipakai guna mewakili jumlah total yang dicatat guna pembelian aset, jasa, dan kewajiban perusahaan. Agregat harga ialah jumlah moneter objektif yang akan dipergunakan dalam mencatat transaksi antara dua pihak. Penggunaan agregat harga tidak menimbulkan kesalahpahaman antara harga beli dan harga jual yang masing-masing hanya berlaku untuk satu pihak.

Berbeda dengan beban, penurunan nilai ekonomi berupa pengeluaran dana atau penyusutan nilai aset disebut sebagai *expense*. Beban periode berjalan secara langsung terkait dengan pendapatan. Biaya pengeluaran ini bisa dikurangkan dari sumber mata uang yang digunakan untuk merealisasikan jumlah pendapatan dalam suatu periode akuntansi tertentu.

Standar Akuntansi Keuangan (2017) menyatakan, beban adalah penurunan manfaat ekonomi berupa arus kas keluar untuk suatu periode akuntansi tertentu. Lebih lanjut, menurut Soemarso (2020), beban adalah arus keluar produk atau jasa yang dapat diukur dengan dibandingkannya oleh pendapatan guna menghitung laba atau sebagai penurunan aset bersih yang dihasilkan dari penggunaan jasa ekonomi dalam menghasilkan pendapatan atau penerapan pajak oleh badan pemerintahan.

Beban, seperti tagihan listrik, upah, dan depresiasi, sering digunakan sebagai sumber pendapatan atau untuk mencapai tujuan tertentu. Beban ini akan menurunkan pendapatan perusahaan dan menciptakan laba bersih sebelum dipergunakan untuk membayar pajak. Beban tersebut juga akan mempengaruhi laporan laba rugi perusahaan.

Dari definisi biaya dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya merupakan pengeluaran yang dipergunakan sebagai pengorbanan ekonomi dalam memperoleh produk atau jasa, sedangkan beban yaitu pengeluaran yang dipergunakan dalam mempermudah proses perolehan produk yang berpengaruh pada pendapatan.

2.1.1 Peranan Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya membantu manajemen dengan tugas perencanaan dan pengendalian. Penyajian dan analisis biaya bisa membantu manajemen dengan tanggung jawab berikut.

1. Mengembangkan dan melaksanakan rencana dan anggaran operasional perusahaan dengan biaya yang efektif dan kompetitif.
2. Menetapkan teknik dan proses penetapan biaya yang menjamin manajemen biaya dan, apabila memungkinkan, pengurangan atau pembenahan biaya,
3. Menentukan nilai persediaan dalam hal harga dan biaya, dan secara berkala memverifikasi jumlah persediaan berbentuk fisik.
4. Menghitung biaya dan pendapatan perusahaan dalam periode akuntansi tahunan atau lebih pendek
5. Pilih alternatif optimal untuk meningkatkan pendapatan atau menurunkan beban (Carter dan Usry, 2005)

2.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya

Dalam manajemen perusahaan, akuntansi biaya sebagai aspek terpenting dari ilmu akuntansi dan sudah berkembang menjadi alat manajemen

yang menyediakan informasi biaya untuk kepentingan manajemen sehingga dapat melaksanakan tugasnya secara efektif. Menurut Dunia et al. (2019), manajemen membutuhkan informasi biaya karena alasan berikut.

1. Penentuan Harga Pokok

Biaya dikumpulkan menurut tenaga kerja, bagian (*departement*), atau pusat biaya, produk, dan layanan saat menghitung biaya barang.

2. Perencanaan Biaya

Perencanaan adalah proses mengidentifikasi strategi jangka panjang dan jangka pendek, bersama dengan perumusan tujuan dan pengembangan program operasional yang komprehensif untuk mencapai tujuan tersebut. Akuntansi biaya menawarkan informasi biaya yang bisa memudahkan manajemen untuk mengambil keputusan operasional jangka pendek, keputusan alokasi sumber daya jangka panjang, serta menetapkan rencana masa depan, seperti yang berkaitan dengan:

- a. Harga jual dan volume penjualan;
- b. Tingkat keuntungan produk;
- c. Pembelian;
- d. Belanja barang modal;
- e. Perluasan pabrik.

3. Pengendalian Biaya

Pengendalian adalah upaya manajerial guna mendapatkan tujuan yang ditetapkan dengan terus membandingkan hasil aktual dengan yang direncanakan. Dengan membandingkan hasil aktual dan anggaran,

manajemen bisa mengevaluasi efisiensi perusahaan dan kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan.

2.1.3 Konsep Biaya

Menurut Ishak dan Sugiono (2015) biaya adalah pengorbanan sumber daya produksi dalam mencapai target atau tujuan dan memberikan kebermanfaatan di masa depan. Klasifikasi biaya dalam pengambilan keputusan dikategorikan.

1. Biaya Berdasarkan Fungsi Manajemen

a. Biaya Produksi

Menurut Abell dan Brewer (2014) mengatakan mayoritas produsen membagi biaya produksi menjadi tiga kategori besar:

- 1) *Direct material* yaitu biaya yang terkait dengan mengubah sumber daya mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya, bahan baku pembuatan furnitur yaitu kayu, sedangkan bahan baku pembuatan pakaian jadi adalah kain.
- 2) *Direct labor* yaitu upah yang dibayarkan oleh perusahaan kepada karyawan terkait langsung dalam produksi. Seperti, karyawan langsung untuk pembuatan furnitur termasuk tukang kayu, tukang cat, tukang amplas, tukang gergaji, dan karyawan lain yang mengubah kayu menjadi furnitur.
- 3) *Factory overhead* yaitu biaya tidak termasuk bahan langsung dan tenaga kerja langsung, serta biaya produksi tidak langsung. Seperti, perlengkapan penolong, gaji tidak langsung (pengawas,

keamanan pabrik, dll.), biaya reparasi, pemeliharaan peralatan dan bangunan pabrik, penyusutan mesin dan struktur industri, dll.

b. Biaya Nonproduksi

Biaya non-produksi sering dipisahkan menjadi dua kategori: (Abell dan Brewer, 2014).

- 1) Biaya administrasi dan umum, merupakan pengeluaran yang terjadi dan terkait fungsi administratif dan umum untuk keseluruhan operasional perusahaan, seperti biaya akuntansi untuk upah, gaji karyawan, biaya listrik, biaya transportasi, dll.
- 2) Biaya pemasaran yaitu pengeluaran yang dikeluarkan guna melakukan operasional pemasaran produk, seperti biaya iklan, promosi, upah bagian pemasaran (SPG), dll.

c. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran ialah biaya yang diperlukan guna memasarkan produk.

d. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya umum dan administrasi ialah pengeluaran yang dikeluarkan dalam mengoordinasikan operasional produksi dan pemasaran produk.

2. Biaya Berdasarkan Waktu dibebankan dan Pendapatan

a. Biaya Produk

Biaya produksi ini merupakan aset sampai saat barang tersebut dijual, meskipun faktanya tidak terjadi sampai barang tersebut terjual.

b. Biaya Periode

Seluruh pengeluaran yang terjadi sepanjang waktu secara otomatis diklasifikasikan sebagai beban.

3. Biaya Berdasarkan pada Perilaku Biaya

Siregar et al., (2013) berpendapat bahwa pengeluaran akan sering menyebabkan banyak klasifikasi untuk tiap pengeluaran:

a. Biaya Tetap

Biaya yang banyaknya tidak mengubah tingkat aktivitas dalam rentang yang ditentukan adalah biaya tetap. Bahkan jika tingkat aktivitas naik atau turun, biaya keseluruhan tetap sama. Namun, biaya tetap per unit akan bervariasi berdasarkan tingkat aktivitas. Biaya tetap per unit berkurang dengan meningkatnya tingkat aktivitas. Sedangkan, jika tingkat aktivitas turun, biaya tetap per unit akan naik.

b. Biaya Variabel

Biaya variabel ialah biaya yang berfluktuasi secara keseluruhan sebanding dengan variasi tingkat aktivitas. Jumlah biaya variabel tumbuh sebagai tingkat produksi naik. Ketika tingkat produksi turun, biaya variabel juga menurun. Namun, biaya variabel per unit tetap konstan meskipun jumlah biaya bervariasi dalam menanggapi perubahan aktivitas (Siregar et al., 2013).

c. Biaya Semi Variabel atau Campuran

Biaya semi variabel adalah biaya yang mempunyai karakteristik dengan biaya variabel dan biaya tetap. Misalnya, listrik, air, dan pemeliharaan (Siregar et al., 2013). Biaya tetap dan biaya variabel harus dibedakan untuk merencanakan, menganalisis, mengatur, atau menilai biaya pada berbagai tingkat aktivitas. Komponen konstan dan variabel dari biaya semi variabel juga harus dihitung.

Carter dan Usry (2005) menyatakan, biaya tetap dan variabel harus dipisahkan karena alasan berikut.

- 1) Perhitungan tarif overhead yang telah ditentukan dan analisis variasi,
- 2) Penyusunan anggaran yang fleksibel dan analisis variasi,
- 3) Perhitungan biaya langsung dan analisis variasi.
- 4) Analisis impas dan biaya volume laba,
- 5) Analisis biaya komparatif dan diferensial,
- 6) Analisis maksimalisasi keuntungan jangka pendek
- 7) Analisis anggaran modal.
- 8) Analisis profitabilitas pemasaran berdasarkan lokasi, produk, dan pelanggaran.

2.2 Analisis Biaya Diferensial (*Differential Cost*)

Biaya variabel ialah biaya yang besarnya bervariasi dengan perubahan tingkat aktivitas perusahaan, dimana biaya keseluruhan bervariasi secara proporsional dengan produksi. Sehingga ketika biaya variabel naik maka *output* juga akan naik serta jika biaya variabelnya turun maka *output* juga akan turun.

Sedangkan biaya tetap ialah biaya yang dalam jumlah total tetap konstan walaupun terjadi perubahan volume aktivitas perusahaan dimana jumlahnya akan tetap sama ketika *output* berubah. Perbedaan perilaku kedua kelompok biaya bisa dipergunakan serta diterapkan dalam mengatasi berbagai tantangan bisnis. Beberapa tantangan perusahaan bisa ditangani menggunakan serta memanfaatkan varians dalam perilaku pengeluaran perusahaan. Analisis biaya diferensial ialah salah satu metode yang dipergunakan.

Biaya diferensial ialah perbedaan biaya antara berbagai alternatif berbeda yang mungkin dipergunakan oleh perusahaan. *Differential cost* juga dikenal sebagai biaya marjinal atau biaya incremental. *Differential cost* adalah berbagai kejadian potensial yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menghitung biaya yang akan dibayarkan. Manajemen perusahaan dapat menggunakan berbagai biaya yang berbeda untuk mengatasi beberapa kesulitan perusahaan. Pada dasarnya, *differential cost* adalah pengeluaran tunai atau biaya *out-of-pocket*, yakni biaya yang membutuhkan pengeluaran keuangan saat ini atau masa depan, yang harusnya dikeluarkan jika sebuah proyek selesai atau diperpanjang di luar ukuran perkiraan awalnya (Rudianto, 2006).

Dalam pengambilan keputusan, biaya diferensial dan pendapatan diferensial dibandingkan guna menghitung keuntungan diferensial. Tujuan dari analisis biaya diferensial adalah untuk menguji hubungan antara biaya tetap dan variabel dalam kaitannya dengan kenaikan pendapatan yang diharapkan. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah kenaikan pendapatan diikuti oleh kenaikan biaya yang sebanding (Aripin dan Negara, 2021).

2.2.1 Kriteria Analisis *Differential cost*

Menurut Samryn (2012) *differential cost* ialah konsep biaya yang bisa diterapkan pada penilaian khusus yang berkaitan terhadap keputusan yang dipilih. Ada dua kriteria penting untuk mengklasifikasikan jenis biaya sebagai *Differential cost*, yaitu.

1. Biaya tersebut merupakan biaya yang akan datang

Differential cost bukanlah biaya masa depan bukanlah biaya yang telah dikeluarkan perusahaan di masa lalu atau biaya historis, melainkan biaya yang akan dialami perusahaan di masa yang akan datang. Bahkan, perusahaan dapat menggunakan pengeluaran sebelumnya ketika memproyeksikan pengeluaran masa depan. Tetapi, data historis hanya dipergunakan sebagai dasar dalam memprediksi jumlah biaya masa depan yang akan dikeluarkan oleh perusahaan untuk proyek tertentu. Biaya historis sendiri tidak relevan terhadap keputusan yang akan dibuat. *Sunk cost*, yang merupakan biaya yang dikeluarkan yang tidak bisa diubah oleh tindakan sekarang atau di masa depan, tidak bisa dikelompokkan sebagai *differential cost*.

2. Biaya tersebut berbeda diantara sejumlah alternatif

Biaya yang akan dikeluarkan di masa depan harus bervariasi antara alternatif yang berbeda. Apabila biaya yang akan dikeluarkan perusahaan di masa depan tidak menimbulkan perbedaan antara berbagai kemungkinan, maka biaya ini tidak bisa dikelompokkan sebagai *differential cost*, seperti biaya penyusutan aset tetap pada bulan di mana proyek akan dijalankan.

2.2.2 Manfaat Analisis *Differential Cost*

Penggunaan *differential cost* dalam menyelesaikan beberapa persoalan perusahaan tanpa menerapkan teknik biaya diferensial ini, ada kemungkinan bahwa beberapa kesulitan perusahaan bisa mengakibatkan pengambilan keputusan yang tidak tepat dan pembuatan penilaian yang buruk oleh manajemen. Menurut Hariyani (2018), ada banyak bentuk pengambilan keputusan *differential cost*, antara lain:

1. Keputusan menerima atau menolak suatu pesanan khusus

Setiap hari, perusahaan menghasilkan jumlah barang standar yang konstan. Jika ternyata perusahaan menerima pesanan khusus dengan harga khusus, perusahaan bisa memutuskan apakah akan menerima atau menolak pesanan khusus tersebut.

2. Keputusan memproduksi sendiri atau membeli dari luar

Dalam hal pemenuhan keputusan perusahaan akan suatu barang atau pengadaan komponennya, dimungkinkan untuk melakukannya baik dengan membuat barang-barang yang diperlukan secara internal atau dengan membelinya di luar.

3. Keputusan untuk menutup atau tetap menjalankan departemen/produk

Biasanya, sebuah perusahaan memiliki berbagai jenis barang dan departemen bisnis, dan terkadang setiap produk atau departemen memiliki kelebihan dan kerugian. Dengan situasi yang menderita kerugian, manajemen harus mengambil tindakan untuk mencegah lebih banyak kerugian dengan memeriksa diferensial pendapatan dan biaya.

4. Keputusan menyewakan atau menjual suatu fasilitas perusahaan

Jika aset tetap perusahaan tidak digunakan, hal tersebut dapat disewakan atau dijual. Manajemen harus memutuskan alternatif mana yang akan memperoleh keuntungan finansial paling besar.

5. Keputusan menjual atau memproses lebih lanjut hasil produksi

Biasanya, perusahaan harus memilih antara menjual produk secara langsung atau memproses lebih lanjut untuk meningkatkan harga jual.

2.3 Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan yaitu proses memilih di antara sejumlah pilihan. Manajer tidak bisa membuat rencana tanpa membuat keputusan. Manajer harus memilih target dan strategi dalam mencapai tujuan tersebut. Pada dasarnya, pengambilan keputusan bukanlah pekerjaan manajemen yang berbeda, melainkan merupakan aspek penting dari fungsi lain, seperti merencanakan, mengorganisasikan, serta mengendalikan. Seluruh kegiatan ini melibatkan pengambilan keputusan (Kholmi, 2019).

Manajer akan terus-menerus membuat keputusan yang melibatkan beberapa faktor. beberapa keputusan ini mungkin bersifat jangka pendek atau jangka panjang. Menurut Mulyadi (2005), proses pengambilan keputusan berisi langkah-langkah berikut:

1. Mengidentifikasi dan mengkarakterisasi kesulitan atau masalah yang terjadi.

2. Identifikasi solusi alternatif untuk masalah dan eliminasi yang tidak *feasible* atau tidak mungkin untuk diterapkan.
3. Identifikasi keuntungan dan kerugian dari setiap alternatif yang *feasible*.
4. Mengklasifikasikan keuntungan dan pengeluaran ke dalam pengelompokan yang relevan dan tidak relevan, serta menghilangkan manfaat yang kurang penting dan tidak relevan.
5. Kumpulkan data pendukung tentang semua biaya dan manfaat terkait, dan verifikasi bahwa data ini dikumpulkan selama periode atau rentang waktu yang sama.
6. Jumlahkan biaya dan keuntungan yang berlaku untuk setiap pilihan.
7. Pilih alternatif yang terbaik, artinya pilihan yang menghasilkan manfaat paling banyak dengan jumlah pengeluaran (biaya) paling sedikit.

2.4 Online shop

Transaksi online sebagai bagian pemanfaatan kemajuan teknologi informasi yang penggunaannya semakin marak akhir-akhir ini. Pada awalnya, individu ragu untuk melakukan transaksi online karena ketergantungan pada informasi yang diberikan oleh pemilik situs web dan ketidakmampuan pengguna situs web untuk memeriksa barang yang ditawarkan secara kasat mata (Büttner dan Göritz, 2008). Namun, transaksi online terus berkembang secara signifikan. Jumlah konsumen online di Indonesia dan jumlah toko online di berbagai media online terus meningkat setiap tahunnya.

Tidak dapat dipungkiri, perkembangan *e-commerce* di Indonesia telah mengubah kebiasaan pembelian konsumen yang semakin beralih ke belanja elektronik atau online. Meningkatnya jumlah transaksi *e-commerce* juga menggambarkan pergeseran perilaku pembelian ini. Laporan tahunan We Are Social tahun 2021 mengungkapkan bahwa 87,1% pengguna internet di Indonesia membeli berbagai barang secara online menggunakan berbagai perangkat elektronik dalam beberapa bulan terakhir tahun 2020. Makanan, elektronik, produk kecantikan, fashion, furnitur, perawatan pribadi, video game, dan mainan adalah kategori online paling populer.

2.5 Tinjauan Empirik

Penelitian ini mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut ini adalah ringkasan singkat tentang apa yang akan dijelaskan pada tabel.

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

No	Nama, Tahun dan Judul	Objek	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1	Walalangi dan Sondakh, (2016), "Analisis Biaya Diferensial dalam Pengambilan Keputusan Menjual Langsung atau Memproses Lebih Lanjut Komoditi Kacang Tanah Di Kawangkoan (Studi Pada UD. Kacang Kayla dan UD. Kacang Lady)"	Pada UD. Kacang Kayla dan UD. Kacang Lady	Metode deskriptif kuantitatif.	Hasil penelitian yang dilakukan di UD. Kacang Kayla dan UD. Kacang Lady, berdasarkan biaya yang dikeluarkan, menunjukkan peran akuntansi diferensial dalam mengambil keputusan jangka pendek, dimana UD. Kacang Kayla lebih baik memproses kacang lebih lanjut karena keuntungan diferensial lebih besar daripada menjual langsung, dan Pemimpin UD. Kacang Lady

				sebaiknya langsung menjual produknya karena selisih keuntungannya lebih besar daripada mengolahnya lebih lanjut.
2	Hafizah et al., 2017, "Penerapan Akuntansi Diferensial dalam Pengambilan Keputusan Menjual atau Memproduksi Lebih Lanjut Produk Cacat"	PT. Indah Kiat <i>Pulp</i> dan <i>Paper</i> Perawang merupakan salah satu perusahaan manufaktur penghasil kertas dan <i>pulp</i>	Metode penelitian kuantitatif menggunakan data sekunder	Menurut temuan penelitian, keuntungan dari penjualan produk yang cacat secara langsung lebih besar daripada keuntungan dari pengolahan lebih lanjut produk cacat menjadi barang jadi, yaitu US\$838.704. Berdasarkan hal tersebut, penulis menyarankan agar PT. IKPP menjual barang cacat secara langsung untuk meningkatkan pendapatan.
3	Suryantari, (2018), "Analisis Dengan Menggunakan Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Atau Membuat Sendiri Ceper pada Pedagang Canang Di	Pedagang Canang di Pasar Waringin Sari	Metode analisis kuantitatif	Dari hasil pembahasan, dapat ditentukan bahwa alternatif petani perempuan membuat canang sari sendiri jauh lebih menguntungkan karena salah satu bahan yang diperlukan, yaitu bunga, tidak perlu dibeli lagi, dibandingkan dengan membeli canang sari dari penjual.

	Pasar Waringin Sari”			
4	Salasa et al., (2018), “Analisis Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Penggantian Aktiva Tetap Pada UD. Singkil Service Manado”	UD. Singkil Service Manado	Metode analitis yang yaitu metode deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini ialah UD. Singkil Service Manado dapat menerapkan konsep Informasi Akuntansi Diferensial dalam mengambil keputusan. Pembekuan dapat berguna pada biaya yang dapat merugikan perusahaan. Perusahaan harus dapat mengganti mesin lama dengan yang baru mesin karena ada perbedaan yang cukup besar
5	Susanto, (2019), “Analisis Biaya Diferensial Dalam Mengambil Keputusan Membuat Sendiri Atau Membeli Pada CV. RM Sepatu Mojokerto”	CV. RM Sepatu Mojokerto	Menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif.	Dari penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, penulis menyimpulkan bahwa alternatif yang paling menguntungkan karena keuntungan bersih yang dihasilkan jika membeli insol dari luar adalah Rp. 435.943.798.55, sedangkan keuntungan bersih yang dihasilkan jika anda membuatnya sendiri adalah Rp. 416.469.879.10 dalam kasus ini. selisihnya sebesar Rp 19.473.923,45. Menurut hasil analisis sebelumnya, perusahaan harus memperoleh insol dari pihak ketiga.

6.	Richardy dan Paskah (2019), "Analisis Biaya Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Atau Memproduksi Sendiri Pada RM. INO"	Obyek dalam penelitian ini adalah pada RM. INO	Menggunakan metode deskriptif kuantitatif.	Dilihat dari biaya diferensial, temuan penelitian menunjukkan bahwa manajemen akan mengeluarkan biaya yang lebih rendah dan memperoleh keuntungan diferensial yang lebih besar jika mereka membuat barang sendiri daripada membeli dari pemasok. Sebaiknya pemimpin RM. INO memproduksi bahan baku daging babi sendiri karena hal itu lebih menguntungkan dan dapat menghemat biaya.
7.	Pinontoan et al., (2020), "Penerapan informasi akuntansi diferensial dalam pengambilan keputusan manajemen pada UMKM Gilingan Padi Mekar Sari Desa Kosio Kecamatan Dumoga Tengah"	UMKM Gilingan Padi Mekar Sari	Menggunakan metode deskriptif kualitatif.	Berdasarkan perhitungan perbandingan antara produksi reguler dan produksi pesanan khusus dengan menggunakan informasi akuntansi diferensial dari UMKM Gilingan Padi Mekar Sari, dari hasil penelitian ini dapat dilihat adanya tambahan total keuntungan diferensial sebesar Rp 43.441.500 untuk penerimaan pesanan khusus kedua produk tersebut, yaitu beras superwin dan ciherang.

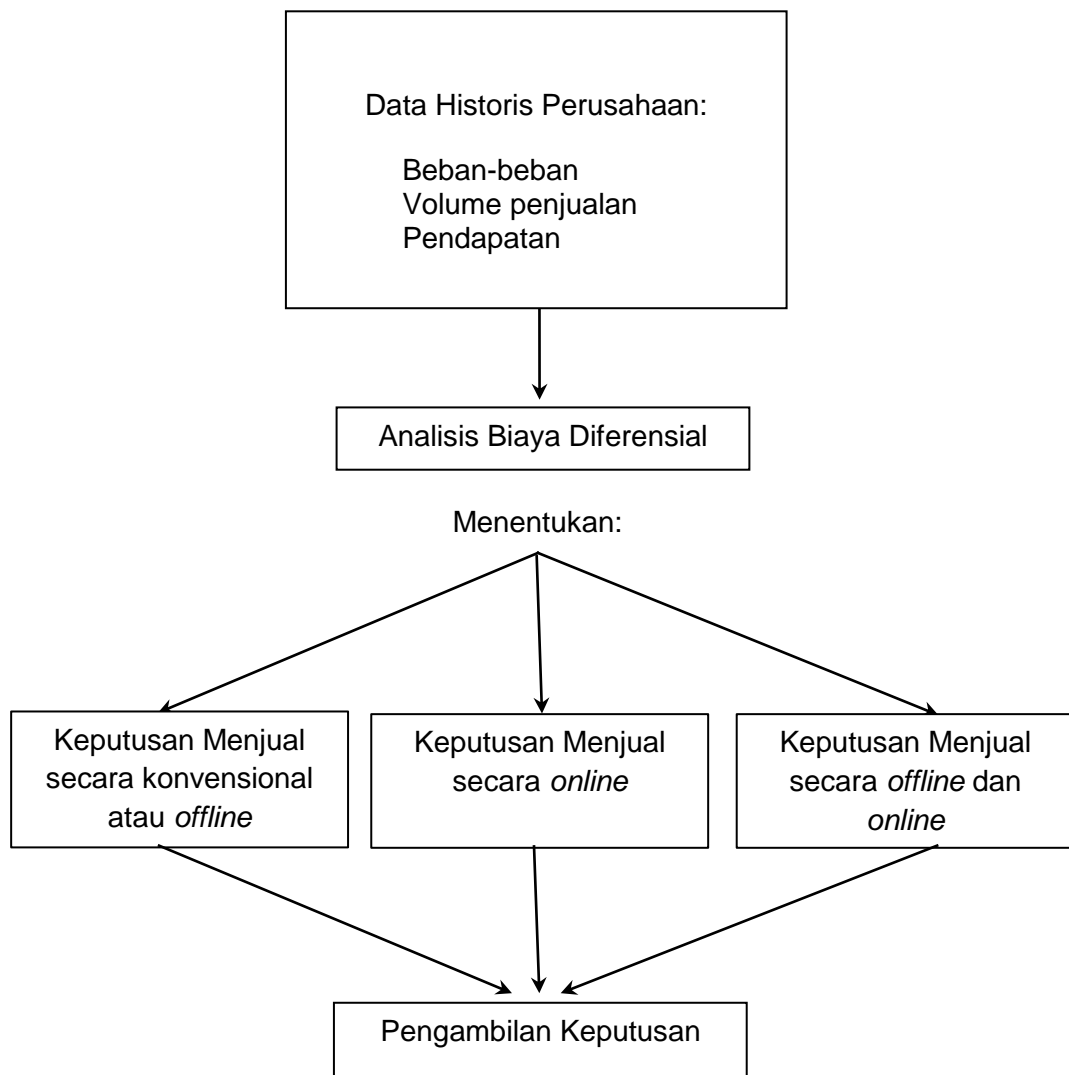
8.	Siswanti dan Nita (2020), "Peranan Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Manajemen Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus"	Objek pada penelitian ini ialah perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha produksi bermacam - macam bahan kimia yang berbentuk cair yang digunakan untuk produk tekstil.	Menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk analisis data	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa informasi akuntansi yang digunakan dalam pengambilan keputusan mengandung pendapatan diferensial sebesar Rp 59.000.000, - dan beban diferensial Rp 45.112. 339. Berdasarkan informasi akuntansi diferensial, perusahaan mendapatkan keuntungan diferensial sebesar Rp 13.887.661, dan memutuskan untuk menerima pesanan khusus.
9.	Asnaeda dan Arnova (2020), "Analisis Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Perolehan Bahan Baku (Studi Kasus Pada PT Ciomas Adisatwa Bengkulu)"	Pada PT Ciomas Adisatwa Bengkulu	Menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk menjawab pertanyaan penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa memproduksi bahan baku sendiri lebih baik daripada membangun program kemitraan 100 persen dengan biaya produksi Rp 1.433.400.000,-. Dengan menjalin kerjasama 100 persen, PT Ciomas Adisatwa Bengkulu akan mendapatkan berbagai keuntungan, karena biaya produksi akan berkurang.

10.	Hoyriyah, (2021), "Penggunaan Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Pada Pesanan Khusus (Studi Kasus Di Roti Ceria Jember)"	Perusahaan industri kue Roti Ceria Jember	Menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Informasi akuntansi diferensial dengan perbandingan biaya diferensial, pendapatan diferensial dan laba diferensial.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi akuntansi diferensial dapat diterapkan pada perusahaan Roti Ceria Jember sebagai faktor penerimaan atau penolakan pesanan khusus sehingga kapasitas dapat terpenuhi hingga kapasitas produksi maksimal dan perusahaan memperoleh keuntungan tambahan dari penerimaan pesanan khusus tersebut.
-----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Berbagai jurnal dan penelitian sebelumnya

2.6 Kerangka Pemikiran

Untuk lebih memahami perkembangan penelitian ini, berikut adalah garis besar pemikiran mulai dari data historis perusahaan hingga kesimpulan yang bisa digunakan sebagai pelajaran dan referensi untuk mengembangkan penelitian ini.



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual