ANALISIS PENERAPAN METODE *A POSTERIORI* DAN *A PRIORI* DALAM PENYUSUNAN ANGGARAN LABA SERTA PENCAPAIAN TARGET LABA PADA USAHA KULINER G&G CAKE DI KECAMATAN DEPOK KABUPATEN CIREBON

[1*]Kresnha, [2]Tri Amalia Sukarno, [3]Putri Aryana

[1,2,3]Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon
[1*]e-mail: kresnha2@gmail.com

Abstract: Profit budgeting is an important part of corporate financial planning and control. This study aims to analyze the preparation of profit budgets at the G&G Cake culinary business using the a posteriori and a priori methods. The basis of data processing used for the a posteriori method is the company's operational budget which includes: sales budget, production budget, raw material purchase budget, labor cost budget, overhead cost budget, and operational cost budget. The results of the analysis show that the a posteriori method provides a picture of real profit in 2024 of Rp190,220,000. Meanwhile, the a priori method uses profit budget data based on the a posteriori method in the previous period, namely 2024, then sets a profit target in the next period, namely 2025 of Rp. 212,490,000. By applying the a priori method, the profit target can be achieved by changing the selling price of each product in the next period. This research recommends continuous evaluation of the profit budgeting method to keep it relevant to market conditions and company strategy.
Keywords : Profit Budget, A posteriori Method, A priori Method

Abstrak: Penyusunan anggaran laba merupakan tantangan bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam merencanakan target keuntungan yang realistis. Penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi metode a posteriori dan a priori dalam penyusunan anggaran laba melalui studi kasus pada usaha kuliner G&G Cake di Kecamatan Depok, Kabupaten Cirebon. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan studi kasus tunggal. Populasi penelitian adalah seluruh aktivitas keuangan G&G Cake tahun 2024, dengan sampel 15 jenis produk utama. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi internal, wawancara terstruktur dengan pemilik usaha, dan analisis laporan keuangan. Analisis data menggunakan perhitungan anggaran operasional yang mencakup anggaran penjualan, produksi, bahan baku, tenaga kerja, overhead, dan biaya operasional. Hasil penelitian menunjukkan metode a posteriori menghasilkan laba riil tahun 2024 sebesar Rp190.220.000, sedangkan metode a priori dengan target peningkatan 5% menghasilkan proyeksi laba 2025 sebesar Rp217.572.000 melalui penyesuaian harga jual produk. Penelitian ini memberikan template praktis implementasi kedua metode anggaran laba yang dapat diadaptasi UMKM kuliner sejenis, meskipun terbatas pada satu kasus dan perlu validasi lebih lanjut untuk generalisasi.
Kata Kunci: Anggaran Laba, Metode A Posteriori, Metode A Priori

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan harus mempunyai strategi bisnis agar dapat bersaing secara sehat tanpa menjatuhkan bisnis orang lain. Strategi-strategi tersebut dapat ditempuh dengan berbagai cara, seperti mengenali target pasar dengan baik, meningkatkan kualitas produk atau jasa yang dijual, merencanakan rencana bisnis dengan matang dan terstruktur, mengelola keuangan dengan bijak, dan lain sebagainya (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2016). Dalam konteks usaha mikro kecil menengah (UMKM) kuliner di Indonesia, implementasi strategi bisnis yang efektif menjadi lebih menantang karena keterbatasan sumber daya dan intensitas persaingan yang tinggi.

Pengelolaan dan pencatatan seluruh transaksi keuangan menjadi faktor penting untuk mencapai kesuksesan dan perencanaan yang lebih konstruktif untuk periode selanjutnya. Salah satu aspek pengelolaan keuangan adalah penyusunan anggaran laba. Dimana anggaran laba merupakan rencana

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

keuangan yang digunakan untuk menetapkan jumlah laba yang diharapkan perusahaan didalam suatu periode tertentu, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai tingkat keuntungan yang akan diperoleh perusahaan (Rudianto, 2010). Bagi UMKM kuliner, penyusunan anggaran laba yang tepat menjadi krusial mengingat karakteristik industri yang memiliki fluktuasi permintaan musiman, sensitivitas harga yang tinggi, dan kompleksitas perhitungan biaya bahan baku yang berubah-ubah.

Sebagai alat perencanaan, anggaran laba berperan besar dalam membantu perusahaan untuk menentukan strategi bisnis, mengelola sumber daya, serta mengoptimalkan pencapaian tujuan jangka pendek dan jangka panjang (Celestin, 2022; Ralev, 2023). Anggaran laba merupakan gabungan dari anggaran pendapatan dan anggaran biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi. Dalam perusahaan yang menghasilkan produk, perlu adanya perencanaan penjualan, penganggaran biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead, dan biaya operasional. Dan Laba perusahaan adalah selisih antara pendapatan dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu yang timbul dari aktivitas operasionalnya (Rudianto, 2010). Kompleksitas ini bertambah pada usaha kuliner yang memproduksi berbagai jenis produk dengan struktur biaya dan margin keuntungan yang berbeda-beda.

Proses penyusunan anggaran laba melibatkan berbagai faktor, seperti proyeksi penjualan, estimasi biaya produksi, pengelolaan biaya operasional, serta perencanaan pendapatan dan pengeluaran lainnya. Keakuratan menyusun anggaran laba juga dipengaruhi data historis yang relevan serta asumsi-asumsi yang digunakan dalam perencanaan. Dengan demikian, kemampuan mengelola anggaran ini dengan baik akan membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang lebih tepat dan mengurangi risiko ketidaksesuaian antara target yang telah ditetapkan dengan hasil yang diperoleh (Muammar Khadafi et al., 2024). Namun, banyak UMKM kuliner masih mengandalkan pendekatan anggaran yang sederhana atau bahkan intuitif, tanpa mempertimbangkan metode sistematis yang dapat mengoptimalkan perencanaan laba. Dari hal tersebut, diperlukan beberapa metode yang efektif dan efisien untuk menyusun anggaran laba agar dapat memprediksi besaran laba yang diharapkan secara realistis.

Dalam literatur akuntansi manajemen, terdapat dua pendekatan utama dalam penyusunan anggaran laba yang memiliki karakteristik dan implikasi strategis yang berbeda. Penerapan metode a posteriori dapat mengevaluasi dan menyempurnakan estimasi anggaran berdasarkan data historis yang telah terjadi, sehingga dapat menentukan tindakan korektif untuk mencapai target laba yang realistis. Metode a priori dapat diterapkan untuk menetapkan target laba di awal proses perencanaan untuk kemudian menentukan harga jual optimal (Rudianto, 2010). Kombinasi kedua metode ini dapat memberikan gambaran laba riil sekaligus memfasilitasi penyesuaian strategi harga untuk mencapai target keuntungan yang lebih tinggi.

Meskipun kedua metode tersebut telah dikenal dalam teori, implementasi praktisnya pada UMKM kuliner di Indonesia masih jarang dieksplorasi secara empiris. Gap penelitian ini menjadi signifikan mengingat karakteristik unik UMKM kuliner yang berbeda dengan perusahaan manufaktur besar, seperti skala produksi yang lebih kecil, diversifikasi produk yang terbatas, dan ketergantungan tinggi pada fluktuasi bahan baku lokal.

G&G Cake, sebagai usaha kuliner rumahan di Kecamatan Depok Kabupaten Cirebon, menawarkan kasus yang relevan untuk menganalisis implementasi kedua metode anggaran laba. Usaha yang berdiri pada tahun 2020 ini telah mengalami pertumbuhan signifikan dari hanya memproduksi 2 jenis produk menjadi 15 varian kue dengan omzet mencapai ratusan juta rupiah per tahun. Pertumbuhan pesat ini menciptakan kebutuhan mendesak untuk sistem perencanaan laba yang lebih terstruktur, terutama dalam menghadapi tantangan penetapan harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan.

Berdasarkan urgensi pengelolaan biaya dan penetapan laba tersebut, terdapat kebutuhan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana penerapan metode a posteriori dan a priori dapat diimplementasikan dalam penyusunan anggaran laba untuk mencapai target laba yang diinginkan dengan harga jual yang masih terjangkau konsumen. Penelitian ini menggunakan studi kasus pada usaha kecil menengah kuliner G&G Cake untuk memberikan gambaran empiris yang konkret tentang implementasi kedua metode tersebut. Dimana tujuannya agar dapat merancang strategi yang tepat dalam mencapai keuntungan maksimal sekaligus menjaga stabilitas keuangan perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

1. Bagaimana implementasi metode a posteriori dalam penyusunan anggaran laba pada usaha kuliner G&G Cake?
2. Bagaimana implementasi metode a priori dalam pencapaian target laba yang diinginkan pada usaha kuliner G&G Cake?
3. Apa perbedaan hasil dan implikasi strategis antara penerapan metode a posteriori dan a priori dalam konteks usaha kuliner G&G Cake?

KAJIAN TEORI

Anggaran Laba

Anggaran laba didefinisikan sebagai rencana kuantitatif mengenai jumlah keuntungan yang diharapkan perusahaan dalam periode tertentu, yang disusun atas dasar alokasi pendapatan dan beban operasional secara sistematis (Rudianto, 2010). Dalam konteks UMKM kuliner, anggaran laba berfungsi sebagai instrumen perencanaan yang membantu pemilik usaha dalam menetapkan target keuntungan realistis dan merancang strategi penetapan harga yang tepat.

Rudianto (2013) menyatakan bahwa anggaran laba merupakan bagian integral dari keseluruhan anggaran perusahaan, mencakup penggabungan anggaran penjualan, produksi, biaya bahan baku, tenaga kerja, overhead, dan operasional untuk menghasilkan proyeksi laba. Bagi usaha kuliner dengan diversifikasi produk seperti G&G Cake, integrasi berbagai komponen anggaran ini menjadi krusial untuk memahami kontribusi masing-masing produk terhadap profitabilitas keseluruhan.

Lebih lanjut, Eko Sudarmanto, Aning Fitriana, Melinda Malau *et al.*, (2021) menjelaskan bahwa penyusunan anggaran merupakan proses perencanaan dan pengendalian kegiatan operasi secara kuantitatif dalam bentuk laporan keuangan proyeksi, termasuk laporan laba-rugi, neraca, dan arus kas. Sebagai "profit planning", anggaran laba membantu manajemen dalam pengambilan keputusan strategis dan evaluasi kinerja, sekaligus menjadi alat pengawasan terhadap realisasi operasional (Mokodompit et al., 2020).

Karakteristik unik UMKM kuliner memerlukan pendekatan anggaran laba yang disesuaikan dengan skala operasi dan kompleksitas yang relatif sederhana. Kasmir (2020) menegaskan bahwa manajemen keuangan UKM memerlukan adaptasi metodologi yang mempertimbangkan keterbatasan sumber daya dan struktur organisasi yang lebih fleksibel dibanding perusahaan besar. Flamholtz (1983) menegaskan bahwa efektivitas sistem anggaran sangat dipengaruhi oleh keselarasan antara struktur organisasi dan proses kontrol, sehingga anggaran harus dirancang sesuai workflow perusahaan. Hal ini khususnya relevan untuk usaha kuliner rumahan yang memiliki struktur organisasi sederhana namun membutuhkan kontrol biaya yang ketat.

Drury (2013) menekankan bahwa anggaran laba tidak hanya berfungsi sebagai alat perencanaan, tetapi juga sebagai mekanisme pengendalian biaya, sehingga memudahkan manajemen dalam memonitor penyimpangan aktual versus anggaran. Dalam implementasinya pada UMKM kuliner, fungsi pengendalian ini membantu pemilik usaha mengidentifikasi produk - produk yang paling menguntungkan dan mengoptimalkan alokasi sumber daya.

Sebagai bagian integral dari manajemen biaya, penganggaran laba harus memperhitungkan berbagai indikator kinerja operasional. Mulyadi (2023) menambahkan bahwa penyusunan anggaran laba sebaiknya memperhitungkan efisiensi operasional dan struktur biaya yang spesifik untuk setiap jenis usaha, sehingga dapat memberikan gambaran yang realistis tentang pencapaian target keuntungan.

Hasil kajian dari Andi Tenriawaru A. Kahrir (2022) dalam penelitian yang berjudul "Implementasi Target Costing dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi pada UD. Setia Kawan untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan UKM Bubuk Kopi Asma" menunjukkan bahwa penerapan metode target costing cukup efektif dalam mengefisiensi biaya produksi, bahkan dapat menghemat biaya produksi sekitar 15%. Efisiensi ini berdampak positif pada peningkatan laba dan daya saing perusahaan. Temuan ini mengindikasikan pentingnya pemilihan metode anggaran yang tepat untuk mengoptimalkan profitabilitas UMKM.

Metode A Posteriori

Metode a posteriori merupakan metode penyusunan anggaran laba dimana jumlah laba ditetapkan sesudah proses perencanaan (planning) secara keseluruhan, termasuk penyusunan anggaran operasional (Rudianto, 2010). Dalam pendekatan ini, target laba merupakan hasil konsolidasi data historis serta proyeksi biaya, bukan asumsi awal yang harus dicapai. Rudianto (2010) menjelaskan

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

bahwa metode ini menggunakan anggaran penjualan sebagai basis untuk menyusun anggaran operasional, sehingga laba perusahaan ditentukan "post factum" atas dasar realisasi dan proyeksi biaya.

Untuk UMKM kuliner, metode a posteriori memberikan keuntungan berupa proyeksi laba yang lebih realistis karena didasarkan pada kapasitas produksi aktual dan pola penjualan historis. Tahapan penyusunan metode ini diawali dengan penyusunan anggaran penjualan sebagai dasar utama, dilanjutkan dengan anggaran produksi, anggaran bahan baku, anggaran tenaga kerja langsung, anggaran biaya overhead serta anggaran biaya operasional. Setelah seluruh anggaran tersebut dirampungkan, proses penggabungan dilakukan guna memperoleh rancangan anggaran laba secara menyeluruh.

Implementasi metode a posteriori pada usaha kuliner memungkinkan pemilik untuk memahami struktur biaya riil dan mengidentifikasi area-area yang memerlukan efisiensi tanpa mengorbankan kualitas produk.

Metode A Priori

Metode a priori menekankan proses perencanaan dengan menetapkan target laba di awal, kemudian menyesuaikan anggaran operasional dan harga jual produk agar target tersebut dapat dicapai. Penggunaan metode ini menekankan pentingnya penetapan profit target sebagai dasar seluruh komponen anggaran, sehingga strategi harga dan biaya diformulasikan untuk mencapai laba yang telah ditentukan (Rudianto, 2010).

Bagi UMKM kuliner yang menghadapi tekanan persaingan harga, metode a priori memberikan kerangka kerja untuk menentukan harga jual minimum yang diperlukan untuk mencapai target keuntungan tertentu. Metode ini khususnya berguna ketika usaha kuliner ingin meningkatkan profitabilitas melalui penyesuaian harga jual sambil mempertahankan volume produksi dan struktur biaya yang ada.

Dalam konteks G&G Cake yang memiliki 15 varian produk, metode a priori memungkinkan optimalisasi harga jual per produk untuk mencapai target laba keseluruhan yang diinginkan. Dengan memahami definisi dan karakteristik kedua metode tersebut, penelitian ini akan mengintegrasikan dalam penyusunan anggaran laba, metode a posteriori, dan metode a priori untuk menganalisis penerapannya pada usaha kuliner G&G Cake. Sehingga target laba yang diharapkan dapat dicapai dengan realistis.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini dirancang untuk menganalisis implementasi metode a posteriori dan a priori dalam penyusunan anggaran laba pada UMKM kuliner G&G Cake (Rudianto, 2010). Kerangka ini terdiri dari empat komponen utama yang saling terkait secara sistematis.

Komponen pertama adalah input data anggaran operasional yang mencakup seluruh elemen dasar penyusunan anggaran: anggaran penjualan, produksi, bahan baku, tenaga kerja, overhead, dan biaya operasional (Rudianto, 2013). Data historis tahun 2024 dan volume produksi 15 varian produk G&G Cake menjadi fondasi analisis kedua metode.

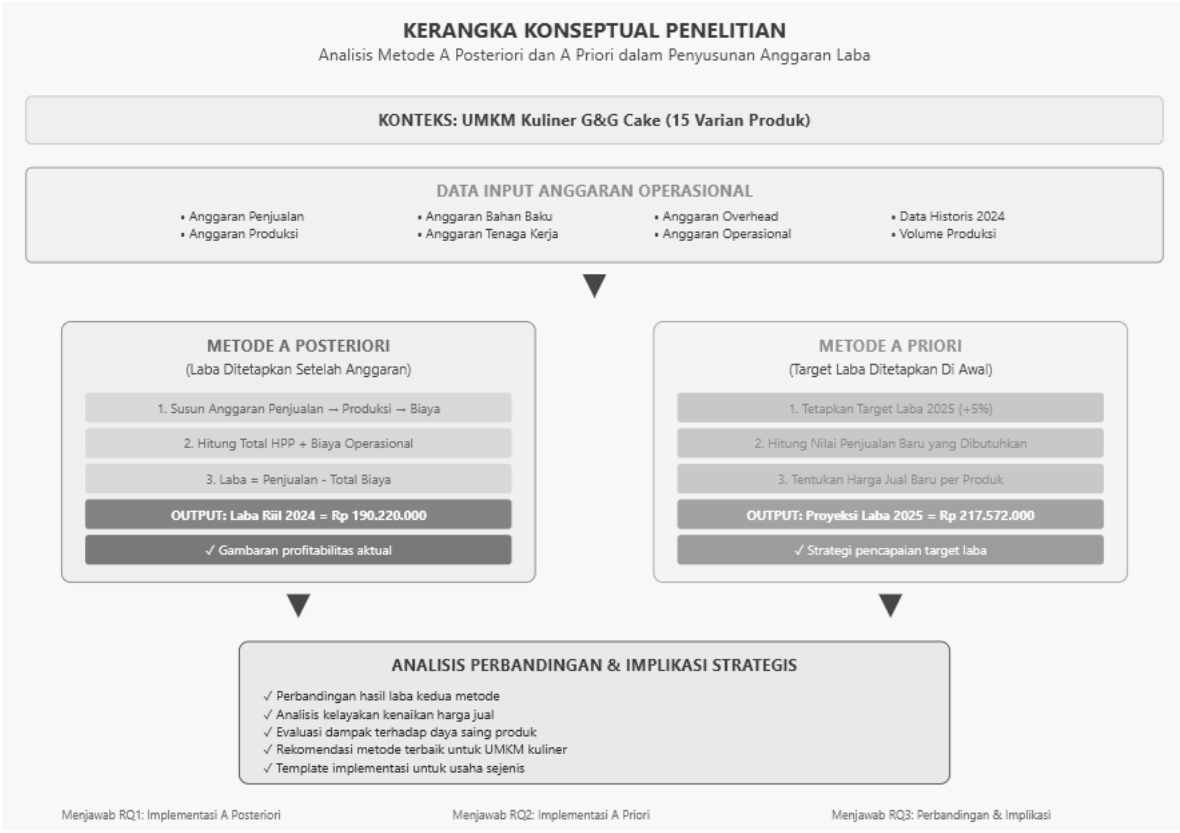
Komponen kedua menggambarkan implementasi paralel kedua metode anggaran laba. Metode a posteriori mengikuti alur konvensional dari penyusunan anggaran operasional hingga menghasilkan laba riil sebesar Rp 190.220.000, dimana laba ditetapkan setelah proses perencanaan secara keseluruhan (Rudianto, 2010). Metode a priori dimulai dengan penetapan target laba (+5% dari periode sebelumnya) kemudian menentukan strategi harga jual untuk mencapai proyeksi laba sebesar Rp 217.572.000, sesuai dengan karakteristik metode yang menetapkan target laba di awal proses perencanaan (Rudianto, 2010).

Komponen ketiga merupakan analisis perbandingan dan implikasi strategis yang mengintegrasikan hasil kedua metode. Analisis ini meliputi evaluasi kelayakan kenaikan harga jual, dampak terhadap daya saing produk, dan identifikasi metode yang paling sesuai untuk karakteristik UMKM kuliner (Muammar Khadafi et al., 2024). Pendekatan komparatif ini penting untuk membantu UMKM dalam mengambil keputusan strategis yang tepat.

Komponen keempat menghasilkan kontribusi penelitian berupa template implementasi yang dapat diadaptasi UMKM kuliner sejenis, sekaligus menjawab ketiga rumusan masalah penelitian secara komprehensif.

Kerangka ini menunjukkan bahwa penelitian tidak hanya membandingkan dua metode secara teoritis, tetapi menganalisis implementasi praktis dalam konteks spesifik UMKM kuliner dengan segala keterbatasan dan karakteristik uniknya. Pendekatan ini memungkinkan generalisasi terbatas namun aplikatif untuk usaha kuliner dengan skala dan karakteristik serupa G&G Cake.

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License



METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang dengan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan dan menganalisis proses penyusunan anggaran laba dengan studi kasus tunggal pada usaha kuliner G&G Cake, serta mengevaluasi implikasi metode a posteriori dan a priori terhadap target laba dan harga jual produk (Sugiyono, 2017). Setiap langkah metode disusun agar selaras dengan tujuan penelitian dan kerangka teori yang telah dikemukakan sebelumnya.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh aktivitas keuangan G&G Cake tahun 2024, yang mencakup transaksi penjualan, pembelian bahan baku, pembayaran tenaga kerja, biaya overhead, dan biaya operasional. Populasi ini dipilih karena menyediakan data historis lengkap yang diperlukan untuk implementasi metode a posteriori sekaligus menjadi dasar proyeksi metode a priori.

Dalam penelitian ini digunakan studi kasus tunggal, sehingga pemilihan subjek penelitian dilakukan secara purposive *(dengan sengaja berdasarkan kriteria tertentu)*, yaitu dengan menetapkan satu unit usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner G&G Cake (John W. Creswell, 2014). Kriteria pemilihan mencakup UMKM yang telah beroperasi minimal satu tahun dan bersedia memberikan akses terhadap informasi keuangan serta aktivitas operasional secara transparan untuk keperluan analisis.

Sampel yang digunakan adalah 15 jenis produk utama dari usaha kuliner G&G Cake. Kriteria pemilihan sampel 15 produk didasarkan pada kontribusi signifikan terhadap total penjualan dan representativitas terhadap diversifikasi produk G&G Cake. Kelima belas produk ini mencakup berbagai kategori: kue ulang tahun, brownies (berbagai varian), mini tart, dan kue kering, yang secara kolektif mewakili lebih dari 95% total penjualan perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Aktivitas pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti meliputi:

1. Dokumentasi internal G&G Cake (laporan keuangan dan anggaran) - untuk memperoleh data kuantitatif anggaran operasional;
2. Wawancara terstruktur singkat dengan bagian operasional keuangan untuk klarifikasi asumsi dan kebijakan penetapan harga - untuk memvalidasi data dan memahami konteks bisnis;

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

3. Studi pustaka terhadap literatur akuntansi manajerial dan penganggaran (Eko Sudarmanto, Aning Fitriana, Melinda Malau et al., 2021; Rudianto, 2010) - untuk memperkuat landasan teoritis penelitian.

Metode Analisis

Analisis data dilakukan secara berurutan dengan dua tahap utama:

1. Implementasi Metode A Posteriori: Menghitung laba riil 2024 dengan menjumlahkan komponen biaya dalam anggaran operasional dan membandingkannya dengan realisasi penjualan. Proses ini mengikuti alur konvensional dari anggaran penjualan → anggaran produksi → anggaran biaya → penetapan laba.
2. Implementasi Metode A Priori: Menetapkan target laba 2025 (+5% dari laba 2024), lalu menghitung harga jual baru berdasarkan formula: (HPP + Biaya Operasional + Target Laba) ÷ Volume Penjualan. Metode ini dimulai dari target laba kemudian menentukan strategi harga untuk mencapai target tersebut.
3. Analisis Komparatif: Membandingkan laba riil dan proyeksi, serta membahas implikasi perubahan harga terhadap pendapatan dan daya saing produk.

Seluruh perhitungan dibantu perangkat lunak pengolah angka (Microsoft Excel) untuk memastikan akurasi dan keterulangan. Perhitungan HPP *(Harga Pokok Penjualan)* dilakukan dengan menjumlahkan biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead (Mowen et al, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Metode A Posteriori pada G&G Cake

Proses Penyusunan Anggaran yang Realistis

Implementasi metode a posteriori pada usaha kuliner G&G Cake menunjukkan pendekatan yang sistematis dan berbasis data riil. Proses dimulai dengan penyusunan anggaran penjualan sebesar Rp 547.040.000 yang didasarkan pada kapasitas produksi aktual dan pengalaman penjualan historis (Rudianto, 2010). Pendekatan ini memberikan keuntungan signifikan bagi UMKM karena tidak memaksakan target yang tidak realistis.

Langkah awal penyusunan anggaran laba dengan metode a posteriori ini adalah menyusun anggaran penjualan terlebih dahulu. Berikut data penjualan riil G&G Cake pada tahun 2024:

Tabel 1. Anggaran Penjualan G&G Cake Tahun 2024

No	Nama Produk	Vol (Pcs)	Harga (Rp)	Nilai Penjualan
1	Mini Tart	9.000	17.000	153.000.000
2	Bolu Jadul	410	42.000	17.220.000
3	Kue Ultah Custom	600	200.000	120.000.000
4	Kue Ultah Ready Stok	840	65.000	54.600.000
5	Brownies Lumer	7.200	15.000	108.000.000
6	Brownies Potong	260	80.000	20.800.000
7	Beownies Panggang	230	90.000	20.700.000
8	Brownies Kukus	290	48.000	13.920.000
9	Kue Putu Ayu	340	35.000	11.900.000
10	Nastar Klasik	180	55.000	9.900.000
11	Kastangel	90	55.000	4.950.000
12	Cokelat Stik	70	45.000	3.150.000
13	Putri Salju	120	40.000	4.800.000
14	Thumbprint Strawbery	50	40.000	2.000.000
15	Lidah Kucing	70	30.000	2.100.000
Total				**547.040.000**

Sumber: Data Keuangan G&G Cake diolah

Tahapan penyusunan anggaran operasional yang dimulai dari anggaran produksi hingga perhitungan biaya overhead menunjukkan struktur biaya yang relatif sederhana namun komprehensif. Biaya bahan baku sebesar Rp 256.200.000 mencerminkan 46,8% dari total penjualan, proporsi yang wajar untuk industri kuliner dengan diversifikasi produk seperti G&G Cake (Mulyadi, 2023). Hal ini mengindikasikan bahwa usaha kuliner ini memiliki struktur biaya yang terkendali dengan baik.

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

Tabel 2. Anggaran Produksi G&G Cake Tahun 2024

No	Nama Produk	Vol (Pcs)	Pers Awal & Akhir	Vol produk (Pcs)
1	Mini Tart	9.000	-	9.000
2	Bolu Jadul	410	-	410
3	Kue Ultah Custom	600	-	600
4	Kue Ultah Ready Stok	840	-	840
5	Brownies Lumer	7.200	-	7.200
6	Brownies Potong	260	-	260
7	Beownies Panggang	230	-	230
8	Brownies Kukus	290	-	290
9	Kue Putu Ayu	340	-	340
10	Nastar Klasik	180	-	180
11	Kastangel	90	-	90
12	Cokelat Stik	70	-	70
13	Putri Salju	120	-	120
14	Thumbprint Strawbery	50	-	50
15	Lidah Kucing	70	-	70

Tabel 3. Anggaran Biaya Bahan Baku G&G Cake Tahun 2024

No.	Nama Bahan Baku	Volume		Harga	Total
1	Telur	1.560	kg	27.000	42.120.000
2	Terigu	1.300	kg	12.000	15.600.000
3	Gula Pasir	600	kg	17.500	10.500.000
4	Gula Merah	120	kg	17.000	2.040.000
5	Coklat Batang	300	kg	225.000	67.500.000
6	Coklat Bubuk	240	kg	215.000	51.600.000
7	Minyak	180	liter	19.000	3.420.000
8	Margarin	360	kg	35.000	12.600.000
9	Pengembang SP	24	kg	80.000	1.920.000
10	Pengembang BP	15	kg	80.000	1.200.000
11	Vanili	15	kg	230.000	3.450.000
12	Mentega Putih	800	kg	25.000	20.000.000
13	Keju	22	karton	700.000	15.400.000
14	Seres	15	karton	350.000	5.250.000
15	Kelapa	240	buah	15.000	3.600.000
Total					**256.200.000**

Sumber: Data Keuangan G&G Cake diolah

Sumber: Data Keuangan G&G Cake diolah

Biaya tenga kerja langsung disusun dengan metode penetapan tarif perhari kerja, dibayar harian sebesar Rp.60.000/hari (Rudianto, 2010):

Upah × Jumlah Hari × Jumlah Pekerja = Biaya Tenaga Kerja/Bulan
Rp. 60.000 × 26 hari × 3 Orang = Rp. 4.680.000
Biaya Tenaga Kerja/Bulan × 12 Bulan = Biaya Tenaga Kerja/Tahun
Rp. 4.680.000 × 12 Bulan = **Rp. 56.160.000**

Tabel 4. Anggaran Biaya Overhead Bahan Penolong Tahun 2024

No.	Barang Lain-Lain	Biaya
1	Mika	3.000.000
2	Thinwall	2.880.000
3	Box kue	2.400.000
4	Caketry	3.420.000
5	Kantong Plastik	1.920.000
6	Lilin	2.280.000
7	Sendok & Pisau Plastik	2.340.000
Total		**18.240.000**

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

Sumber: Data Keuangan G&G Cake diolah

Biaya overhead terkait jam kerja tambahan

Upah Lembur × Jumlah Pekerja × Jumlah Jam	= Biaya Overhead/Hari
Rp. 10.000 × 3 pekerja × 2 jam	= Rp. 60.000
Biaya Overhead × Total Hari Lembur	= Biaya Overhead/Tahun
Rp. 60.000 × 20 hari	= Rp. 1.200.000/tahun
Total Biaya overhead Rp. 18.240.000 + Rp. 1.200.000	= **Rp. 19.440.000**

Tabel 1. Anggaran Biaya Operasional Tahun 2024

No	Beban	Perbulan (Rp)	Pertahun (Rp)
1	Biaya Listrik	500.000	6.000.000
2	Bensin	350.000	4.200.000
3	Wi-fi	320.000	3.840.000
4	Telepon	50.000	600.000
5	Penyusutan Mixer	70.000	840.000
6	Penyusutan Oven	85.000	1.020.000
7	Penyusutan Kompor	60.000	720.000
8	Gas	570.000	6.840.000
9	Penyusutan Kendaraan	45.000	540.000
10	Penyusutan Toko	35.000	420.000
Total/Tahun			**25.020.000**

Analisis Struktur Biaya dan Profitabilitas

Sumber: Data Keuangan G&G Cake diolah

Hasil perhitungan menunjukkan total Harga Pokok Penjualan (HPP) sebesar Rp 331.800.000, yang terdiri dari biaya bahan baku (Rp 256.200.000), tenaga kerja (Rp 56.160.000), dan overhead (Rp 19.440.000). Komposisi ini mencerminkan karakteristik UMKM kuliner yang labor-intensive *(banyak menggunakan tenaga kerja)* dengan ketergantungan tinggi pada kualitas bahan baku.

Setelah semua tahapan dalam penyusunan anggaran operasional dilakukan, maka dapat disusun anggaran laba sebagai berikut:

Tabel 6. Anggaran Laba Metode A Posteriori Tahun 2024

Penjualan			547.040.000
Biaya bahan baku	256.200.000		
Biaya tenaga kerja	56.160.000		
Biaya overhead	19.440.000		
Biaya produksi		331.800.000	
- Persediaan awal barang jadi		-	
- Persediaan total barang jadi		-	
- Persediaan akhir barang jadi		-	
Harga Pokok Penjualan			331.800.000
Laba Kotor			215.240.000
Biaya Opersional			
- Biaya Listrik	6.000.000		
- Bensin	4.200.000		
- Wi-fi	3.840.000		
- Telepon	600.000		
- Penyusutan Peralatan	2.580.000		
- Penyusutan Kendaraan	540.000		
- Penyusutan Bangunan	420.000		
- Pemakaian Gas LPG	6.840.000		
Total Biaya Operasional			25.020.000
Laba Usaha			**190.220.000**

Sumber: Pengolahan Data

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

Margin laba kotor yang diperoleh sebesar Rp 215.240.000 atau 39,3% dari penjualan menunjukkan profitabilitas yang relatif baik. Meskipun perbandingan dengan standar industri kuliner umum menunjukkan hasil positif (Celestin, 2022; Ralev, 2023), perlu dicatat bahwa karakteristik usaha rumahan seperti G&G Cake memiliki struktur biaya yang berbeda dengan usaha kuliner komersial yang lebih besar.

Keunggulan Metode A Posteriori untuk UMKM

Penerapan metode a posteriori menghasilkan laba riil sebesar Rp 190.220.000, yang merepresentasikan 34,8% dari total penjualan. Untuk konteks UMKM kuliner rumahan di Kecamatan Depok, Kabupaten Cirebon, tingkat profitabilitas ini dapat dianggap positif, meskipun perlu evaluasi lebih lanjut terhadap konsistensi pencapaian laba ini dalam periode yang lebih panjang.

Keunggulan utama metode ini bagi G&G Cake terletak pada prediktabilitas dan realisme. Karena laba dihitung berdasarkan struktur biaya aktual, pemilik usaha dapat membuat keputusan strategis dengan tingkat kepercayaan yang tinggi. Hal ini selaras dengan temuan Muammar Khadafi et al. (2024) yang menekankan pentingnya data historis yang akurat dalam pengambilan keputusan strategis UMKM.

Implementasi Metode A Priori untuk Pencapaian Target Laba

Strategi Penetapan Target yang Realistis

Sesuai dengan sistematika proses penyusunannya, yaitu dari penyusunan anggaran laba dengan menggunakan metode a posteriori pada tahun 2024, dimana usaha kuliner tersebut memperoleh laba usaha sebesar Rp 190.220.000. Di tahun 2025 usaha kuliner G&G Cake tersebut ingin meningkatkan perolehan laba sebesar 5%, yang berarti proyeksi target laba tersebut merupakan perkiraan laba di awal sebelum penyusunan anggaran operasionalnya.

Implementasi metode a priori pada G&G Cake dimulai dengan penetapan target laba sebesar Rp 200.000.000 (peningkatan 5% dari laba tahun sebelumnya). Pendekatan ini mencerminkan strategi pertumbuhan yang konservatif namun terukur, sesuai dengan karakteristik UMKM yang perlu menjaga stabilitas operasional sambil meningkatkan profitabilitas (Rudianto, 2010).

Target peningkatan 5% dipilih dengan pertimbangan realistis mengingat kondisi pasar kuliner yang kompetitif dan sensitivitas konsumen terhadap perubahan harga. Namun, dalam implementasinya, hasil aktual mencapai Rp 217.572.000, atau sekitar 8,7% lebih tinggi dari target yang ditetapkan.

Analisis Strategi Penyesuaian Harga Jual

Oleh karena usaha kuliner G&G Cake tersebut tidak ingin mengubah anggaran operasional dan volume produk maka solusinya adalah menaikkan harga jual produknya. Untuk mencapai target laba, G&G Cake menerapkan kenaikan harga rata-rata 5% pada seluruh produk.

Tabel 7. Perhitungan Anggaran Penjualan Tahun 2025

Keterangan	Anggaran lama 2024 (*a posteriori*)	Anggaran baru 2025
Penjualan	547.040.000	*Nilai penjualan baru*
HPP	(331.800.000)	(331.800.000)
Biaya Operasional	(25.020.000)	(25.020.000)
Laba Usaha	190.220.000	200.000.000

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 8. Persentase Nilai Penjualan Tahun 2024

No	Nama Produk	Banyaknya (Pcs)	Harga (Rp)	Nilai Penjualan	Persentase (%)
1	Mini Tart	9.000	17.000	153.000.000	27,97
2	Bolu Jadul	410	42.000	17.220.000	3,15
3	Kue Ultah Custom	600	200.000	120.000.000	21,94
4	Kue Ultah Ready Stok	840	65.000	54.600.000	9,98
5	Brownies Lumer	7.200	15.000	108.000.000	19,74
6	Brownies Potong	260	80.000	20.800.000	3,80
7	Beownies Panggang	230	90.000	20.700.000	3,78
8	Brownies Kukus	290	48.000	13.920.000	2,54
9	Kue Putu Ayu	340	35.000	11.900.000	2,18
10	Nastar Klasik	180	55.000	9.900.000	1,81

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

11	Kastangel	90	55.000	4.950.000	0,90
12	Cokelat Stik	70	45.000	3.150.000	0,58
13	Putri Salju	120	40.000	4.800.000	0,88
14	Thumbprint Strawbery	50	40.000	2.000.000	0,37
15	Lidah Kucing	70	30.000	2.100.000	0,38
Total				**547.040.000**	**100,00**

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 9. Nilai Penjualan Tiap Produk

No	Nama Produk	Persentase	Nilai Penjualan tahun 2024 (Rp)	Nilai Penjualan tahun 2025 (Rp)
1	Mini Tart	27,97	153.000.000	155.735.339
2	Bolu Jadul	3,15	17.220.000	17.527.860
3	Kue Ultah Custom	21,94	120.000.000	122.145.364
4	Kue Ultah Ready Stok	9,98	54.600.000	55.576.141
5	Brownies Lumer	19,74	108.000.000	109.930.828
6	Brownies Potong	3,80	20.800.000	21.171.863
7	Beownies Panggang	3,78	20.700.000	21.070.075
8	Brownies Kukus	2,54	13.920.000	14.168.862
9	Kue Putu Ayu	2,18	11.900.000	12.112.749
10	Nastar Klasik	1,81	9.900.000	10.076.993
11	Kastangel	0,90	4.950.000	5.038.496
12	Cokelat Stik	0,58	3.150.000	3.206.316
13	Putri Salju	0,88	4.800.000	4.885.815
14	Thumbprint Strawbery	0,37	2.000.000	2.035.756
15	Lidah Kucing	0,38	2.100.000	2.137.544
	Total	**100,00**	**547.040.000**	**556.820.000**

Tabel 10. Nilai Penjualan Baru Tahun 2025

No	Nama Produk	Banyaknya (Pcs)	Harga Jual/Pcs	Nilai Penjualan
1	Mini Tart	9.000	17.500	157.500.000
2	Bolu Jadul	410	43.000	17.630.000
3	Kue Ultah Custom	600	210.000	126.000.000
4	Kue Ultah Ready Stok	840	67.000	56.280.000
5	Brownies Lumer	7.200	16.000	115.200.000
6	Brownies Potong	260	82.000	21.320.000
7	Beownies Panggang	230	92.000	21.160.000
8	Brownies Kukus	290	50.000	14.500.000
9	Kue Putu Ayu	340	36.000	12.240.000
10	Nastar Klasik	180	56.000	10.080.000
11	Kastangel	90	56.000	5.040.000
12	Cokelat Stik	70	46.000	3.220.000
13	Putri Salju	120	41.000	4.920.000
14	Thumbprint Strawbery	50	41.000	2.050.000
15	Lidah Kucing	70	31.000	2.170.000
Total				**569.310.000**

Sumber: Pengolahan Data

Strategi ini menghasilkan total penjualan proyeksi sebesar Rp 574.392.000, meningkat dari Rp 547.040.000 periode sebelumnya. Kenaikan penjualan sebesar Rp 27.352.000 atau 5% ini sepenuhnya berasal dari penyesuaian harga, bukan dari peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan harga jual dan nilai penjualan yang baru, maka dapat disusun anggaran laba dengan metode a priori sebagai berikut:

Tabel 11. Anggaran Laba Metode A Priori Tahun 2025

Penjualan			569.310.000
Biaya bahan baku	256.200.000		

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

Biaya tenaga kerja	56.160.000		
Biaya overhead	19.440.000		
Biaya produksi		331.800.000	
- Persediaan awal barang jadi		-	
- Persediaan total barang jadi		-	
- Persediaan akhir barang jadi		-	
Harga Pokok Penjualan			331.800.000
Laba Kotor			237.510.000
Biaya Opersional			
- Biaya Listrik	6.000.000		
- Bensin	4.200.000		
- Wi-fi	3.840.000		
- Telepon	600.000		
- Penyusutan Peralatan	2.580.000		
- Penyusutan Kendaraan	540.000		
- Penyusutan Bangunan	420.000		
- Pemakaian Gas LPG	6.840.000		
Total Biaya Operasional			25.020.000
Laba Usaha Dianggarkan			**212.490.000**

Sumber: Pengolahan Data

Evaluasi Kelayakan Strategi Harga

Dari perspektif struktur biaya, strategi kenaikan harga 5% dapat dibenarkan mengingat biaya produksi yang tetap (HPP Rp 331.800.000) dan biaya operasional yang stabil (Rp 25.020.000). Ini berarti seluruh kenaikan penjualan berkontribusi langsung terhadap peningkatan laba, menciptakan leverage operasional *(efek pengungkit)* yang menguntungkan.

Namun, dari perspektif daya saing pasar, perlu pertimbangan hati-hati. Meskipun G&G Cake yakin bahwa "kenaikan tersebut tidak berpengaruh negatif terhadap permintaan konsumen karena masih terjangkau", asumsi ini belum divalidasi melalui riset pasar atau uji coba pada sampel konsumen. Risiko penurunan volume penjualan tetap ada, terutama jika kompetitor tidak mengikuti pola kenaikan harga serupa.

Laba usaha sebesar Rp 217.572.000 juga dianggap telah memenuhi target laba, bahkan melebihi target yang diinginkan yaitu sebesar Rp 200.000.000, yang berarti ada saldo lebih laba sebesar Rp 17.572.000.

Analisis Perbandingan dan Implikasi Strategis

Perbandingan Hasil Finansial dan Metodologis

Perbandingan implementasi kedua metode pada G&G Cake menunjukkan perbedaan signifikan dalam pendekatan dan hasil akhir. Metode a posteriori menghasilkan laba Rp 190.220.000 dengan margin 34,8%, sementara metode a priori mencapai Rp 217.572.000 dengan margin 37,9%. Selisih Rp 27.352.000 atau peningkatan 14,4% ini bukan hanya perbedaan angka, tetapi mencerminkan filosofi manajemen yang berbeda.

Dari sisi akurasi prediktif, metode a posteriori memberikan proyeksi yang lebih konservatif dan dapat diandalkan karena didasarkan pada struktur biaya aktual dan kapasitas operasional yang terbukti. Sebaliknya, metode a priori menghasilkan proyeksi yang lebih optimis tetapi mengandung asumsi-asumsi yang belum tervalidasi, terutama terkait penerimaan pasar terhadap kenaikan harga.

Evaluasi Kelayakan Implementasi untuk UMKM

Untuk UMKM kuliner dengan karakteristik serupa G&G Cake, kedua metode memiliki kelebihan dan keterbatasan yang perlu dipahami secara realistis. Metode a posteriori lebih cocok untuk UMKM yang baru berkembang atau beroperasi di pasar yang sangat sensitif terhadap harga, karena meminimalkan risiko overpricing (harga terlalu tinggi) yang dapat menurunkan volume penjualan.

Di sisi lain, metode a priori lebih sesuai untuk UMKM yang sudah memiliki posisi pasar yang kuat dan customer loyalty (loyalitas pelanggan) yang baik. G&G Cake dengan slogan "Harga Kaki Lima, Rasa Bintang Lima" dan track record (catatan kinerja) 4 tahun mungkin sudah memiliki customer base (basis pelanggan) yang cukup loyal untuk menerima kenaikan harga moderat.

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

Tabel 12. Perbandingan Strategis

Aspek Perbandingan	Metode A Posteriori	Metode A Priori
Laba yang Dihasilkan	Rp 190.220.000	Rp 217.572.000
Margin Keuntungan	34,8%	37,9%
Tingkat Risiko	Rendah	Sedang-Tinggi
Prediktabilitas	Tinggi	Sedang
Fleksibilitas Harga	Terbatas	Tinggi
Cocok untuk UMKM	Baru berkembang	Sudah established *(mapan)*
Validasi Pasar	Tidak diperlukan	Sangat diperlukan
Strategi Implementasi	Konservatif	Proaktif
Monitoring yang Diperlukan	Minimal	Intensif

Kontribusi Teoretis dan Praktis

Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa konsep teoretis Rudianto (2010) tentang perbedaan kedua metode dapat diaplikasikan secara praktis pada UMKM kuliner Indonesia, meskipun dengan adaptasi yang mempertimbangkan karakteristik spesifik sektor ini. Yang lebih penting, penelitian ini memberikan template konkret yang dapat diadaptasi oleh UMKM sejenis dengan penyesuaian sesuai kondisi lokal masing-masing.

Namun, perlu diakui bahwa temuan ini terbatas pada satu kasus di satu lokasi geografis dengan kondisi pasar tertentu. Generalisasi ke UMKM kuliner lain memerlukan validasi lebih lanjut, terutama untuk konteks yang berbeda dalam hal daya beli konsumen, tingkat persaingan, dan kultur konsumsi lokal.

Rekomendasi Implementasi untuk UMKM Kuliner

Berdasarkan analisis komprehensif ini, rekomendasi untuk UMKM kuliner sejenis adalah:

1. Mulai dengan metode a posteriori untuk membangun fundamental *(dasar)* keuangan yang solid
2. Setelah 2-3 tahun operasional, transisi bertahap ke metode a priori dengan target konservatif (peningkatan maksimal 3-5% per tahun)
3. Implementasikan sistem monitoring customer response yang sederhana namun efektif
4. Pertimbangkan differential pricing strategy *(strategi harga berbeda)* untuk produk dengan tingkat loyalitas yang berbeda
5. Selalu siapkan contingency plan *(rencana cadangan)* jika asumsi permintaan tidak terpenuhi

Hal yang terpenting adalah UMKM harus memahami bahwa tidak ada "metode terbaik" yang universal - keberhasilan sangat bergantung pada konteks spesifik usaha, kondisi pasar, dan kemampuan manajemen untuk beradaptasi dengan dinamika bisnis.

KESIMPULAN

Penyusunan anggaran laba merupakan alat penting dalam perencanaan dan pengendalian keuangan perusahaan, khususnya bagi UMKM kuliner yang menghadapi dinamika pasar yang kompleks. Penelitian ini berhasil menjawab ketiga rumusan masalah yang ditetapkan melalui analisis implementasi metode a posteriori dan a priori pada usaha kuliner G&G Cake di Kecamatan Depok, Kabupaten Cirebon.

Terkait rumusan masalah pertama, implementasi metode a posteriori pada G&G Cake menunjukkan pendekatan yang sistematis dan berbasis data riil. Metode ini menghasilkan laba sebesar Rp 190.220.000 dengan margin keuntungan 34,8%, yang mencerminkan struktur biaya yang terkendali dengan baik. Keunggulan utama metode ini terletak pada prediktabilitas dan minimnya risiko, menjadikannya cocok untuk UMKM yang baru berkembang atau beroperasi di pasar yang sensitif terhadap harga.

Berkaitan dengan rumusan masalah kedua, implementasi metode a priori dengan target peningkatan laba 5% berhasil mencapai proyeksi laba Rp 217.572.000 melalui strategi kenaikan harga jual rata-rata 5%. Meskipun secara finansial menguntungkan, metode ini mengandung risiko karena mengandalkan asumsi stabilitas permintaan yang belum tervalidasi melalui riset pasar. Metode ini lebih sesuai untuk UMKM yang sudah memiliki posisi pasar yang kuat dan loyalitas pelanggan yang baik.

Mengenai rumusan masalah ketiga, perbandingan kedua metode menunjukkan perbedaan filosofi manajemen yang fundamental. Selisih laba Rp 27.352.000 (peningkatan 14,4%) bukan hanya

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

perbedaan angka, tetapi mencerminkan trade-off *(pertukaran)* antara keamanan dan pertumbuhan. Penelitian ini mengusulkan pendekatan "hybrid" *(gabungan)* dimana UMKM memulai dengan metode a posteriori untuk membangun fondasi yang solid, kemudian secara bertahap mengimplementasikan metode a priori dengan target konservatif.

Kontribusi utama penelitian ini adalah menyediakan template praktis implementasi kedua metode yang dapat diadaptasi UMKM kuliner sejenis. Namun, perlu diakui bahwa temuan ini terbatas pada satu kasus di satu lokasi geografis dengan kondisi pasar tertentu. Generalisasi ke konteks yang lebih luas memerlukan validasi lebih lanjut, terutama untuk UMKM dengan karakteristik yang berbeda dalam hal daya beli konsumen, tingkat persaingan, dan kultur konsumsi lokal.

Saran

Untuk G&G Cake

Berdasarkan hasil analisis, G&G Cake disarankan untuk mengimplementasikan strategi "gradual transition" *(transisi bertahap)*. Tahap pertama, terus gunakan metode a posteriori sebagai baseline *(dasar perhitungan)* untuk memantau konsistensi profitabilitas. Tahap kedua, implementasikan metode a priori secara hati-hati dengan sistem monitoring respon pasar yang sederhana namun efektif, seperti tracking penjualan mingguan dan feedback pelanggan informal.

Saran operasional yang perlu dipertimbangkan: pertama, mengembangkan sistem pencatatan keuangan yang lebih terstruktur dengan menambah tenaga administrasi keuangan untuk mengatur dan mencatat transaksi agar dapat terkontrol dengan baik. Kedua, mempertimbangkan differential pricing strategy *(strategi harga berbeda)* untuk produk dengan tingkat loyalitas pelanggan yang berbeda, alih-alih menerapkan kenaikan harga seragam 5% untuk semua produk.

Untuk UMKM Kuliner Sejenis

UMKM kuliner dengan karakteristik serupa G&G Cake disarankan untuk tidak langsung mengadopsi metode a priori tanpa persiapan yang matang. Mulai dengan metode a posteriori selama 2-3 tahun pertama operasional untuk membangun pemahaman mendalam tentang struktur biaya dan pola permintaan pasar. Setelah memiliki data historis yang memadai, transisi ke metode a priori dapat dilakukan secara bertahap dengan target peningkatan yang konservatif (maksimal 3-5% per tahun).

Hal yang menjadi penting adalah UMKM harus memahami bahwa tidak ada "metode terbaik" yang universal. Keberhasilan implementasi sangat bergantung pada konteks spesifik usaha, kondisi pasar lokal, dan kemampuan manajemen untuk beradaptasi dengan perubahan dinamika bisnis.

Untuk Penelitian Lanjutan

Penelitian ini membuka peluang untuk kajian yang lebih komprehensif. Pertama, studi komparatif pada multiple case *(beberapa kasus)* UMKM kuliner di berbagai daerah untuk menguji generalisabilitas *(kemampuan diterapkan secara umum)* temuan ini. Kedua, penelitian longitudinal *(jangka panjang)* untuk mengamati sustainability *(keberlanjutan)* implementasi metode a priori dalam periode yang lebih panjang.

Ketiga, penelitian yang mengintegrasikan aspek behavioral economics *(ekonomi perilaku)* untuk memahami respon konsumen terhadap perubahan harga pada produk kuliner UMKM. Keempat, pengembangan model hybrid yang lebih sophisticated *(canggih)* yang dapat mengakomodasi karakteristik spesifik UMKM di berbagai sektor, tidak hanya kuliner.

Akhirnya, penelitian lanjutan perlu mengeksplorasi implementasi kedua metode dalam konteks digitalisasi UMKM dan penggunaan teknologi finansial untuk manajemen anggaran yang lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

Bilqis, N. M., & Muhammad. (2025). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur. Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsurya, 10(2). https://doi.org/10.35968/jbau

Covaleski, M. A., John H. Evans III, Joan L. Luft, & Michael D. Shields. (2003). Budgeting Research: Three Theoretical Perspectives and Criteria for Selective Integration. Journal Of Management Accounting Research, 15.

Drury, C. M. (2013). Management And Cost Accounting (3rd, illustr ed.). Springer.

Eko Sudarmanto, Aning Fitriana, Melinda Malau, C. D. N., Arif Zunaidi, Sepbeariska Manurung, Novia Nour Halisa, M. I. S., Ekayana Sangkasari Paranita, Galih Wicaksono, D. C. P., & Imanuddin Hasbi, Bambang, G. H. (2021). Penganggaran Perusahaan. Widina Bhakti Persada Bandung.

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

Flamholtz, E. G. (1983). Accounting, budgeting and control systems in their organizational context: Theoretical and empirical perspectives. Accounting, Organizations and Society, 8(2–3), 153–169. https://doi.org/None

Hope, J., & Fraser, R. (2003). Beyond Budgeting: How Managers Can Break Free from the Annual Performance Trap. Harvard Business School Press. https://books.google.co.id/books?id=RVaEUSiDpbsC

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Foster, G. (2006). Cost Accounting: A Managerial Emphasis. Pearson Prentice Hall. https://books.google.co.id/books?id=exeTAAAAIAAJ

Kasmir. (2020). Manajemen Keuangan Usaha Kecil dan Menengah: Teori dan Praktik. Jakarta: Kencana.

Libby, T., & Lindsay, R. M. (2010). Beyond budgeting or budgeting reconsidered? A survey of North-American budgeting practice. Management Accounting Research, 21(1), 56–75. https://doi.org/10.1016/j.mar.2009.10.003

Merchant, K., & der Stede, W. (2017). Management Control Systems: Performance Measurement, Evaluation and Incentives. Pearson Education. https://books.google.co.id/books?id=Cra8DgAAQBAJ

Mokodompit, M. P., Matatula, I. F. M., & Sudarwadi, H. (2020). Analisis Anggaran Dan Profitabilitas Sebagai Alat Bantu Manajemen Guna Mengoptimalkan Laba. Cakrawala Management Business Journal, 3(1), 489. https://doi.org/10.30862/cm-bj.v3i1.54

Mowen, M. M., Hansen, D. R., & Heitger, D. L. (2014). Cornerstones of managerial accounting 5th ed. South-Western Cengage Learning.

Muammar khadafi, Saidatun Nuri, Intan Maulina, Rikeniateni Rikeniateni, & Munasarah Munasarah. (2024). Dampak Anggaran Biaya Operasional terhadap Profitabilitas Perusahaan. MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi, 3(1), 01–09. https://doi.org/10.61132/menawan.v3i1.1030

Mulyadi. (2023). Sistem Akuntansi (4th ed.). Penerbit Salemba.

Otley, D. (1999). Performance management: a framework for management control systems research. Management Accounting Research, 10(4), 363–382. https://doi.org/10.1006/mare.1999.0115

Paramida, N., & Rachmawati, T. (2024). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Sektor Industri Food and Beverage Di Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 9(204), 3732–3741.

Pasaribu, E. M. W., & Hasanuh, N. (2021). Effect of production costs and operational costs on net income. Journal of Economic, Business and Accounting, 4, 2.

Rudianto. (2010). Penganggaran Perusahaan. Erlangga

Rudianto. (2013). Akuntansi Manajemen. Erlangga.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Suzan Leny, & Ayunina Qurrota Hafidza. (2022). Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Dan Komponennya Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha, 13(2), 497–508.

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License