

Analisis Metode Penetapan Harga Jual Roti dalam Meningkatkan Penjualan pada Pabrik Roti Karunia Mandiri Kendari

Angelina Yenny Ringan^{a*}, Jamaluddin Dahlan^b

^a Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Enam Kendari, Indonesia

^b Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Enam Kendari, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 20-07-2025

Revised : 30-07-2025

Accepted : 05-08-2025

Keywords: Production Costs, Selling Prices, Variable Costing Methods

Kata Kunci: Biaya Produksi, Harga Jual, Metode Variabel Costing

Corresponding Author:

angelinayenny01@gmail.com*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

This study aims to determine the method of determining the selling price of bread against sales at the Karunia Mandiri Bread Factory in Kendari. This study is a descriptive qualitative study. The data used are primary and secondary data obtained in the form of documents sourced from the Karunia Mandiri Bread Factory. Data collection techniques use documentation techniques, observation techniques and interview techniques using variable costing techniques through the calculation of raw material costs, labor costs and factory overhead costs. The results of this study indicate that the cost of raw materials used often encounter obstacles, labor costs are costs that have been patented by the Karunia Mandiri Bread Factory in accordance with the UMR, unexpected costs for electricity and telephone credit costs provided. Several types of costs used in determining selling prices are influenced by market selling prices so that the price determination is adjusted to the increase or decrease in costs incurred and the size of the bread in production each month. Pricing is adjusted to the cost of basic materials and labor costs incurred.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan Mengetahui Metode Penetapan Harga Jual Roti Terhadap Penjualan Pada Pabrik Roti Karunia Mandiri Kendari. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder yang diperoleh dalam bentuk dokumen yang bersumber dari Pabrik Roti Karunia Mandiri. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi, teknik observasi dan teknik wawancara menggunakan teknik Variabel Costing melalui perhitungan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Hasil penelitian ini menunjukkan biaya bahan baku yang digunakan sering kali mengalami hambatan, biaya tenaga kerja merupakan

biaya yang telah paten dari Pabrik Roti Karunia Mandiri sesuai dengan UMR, biaya yang tak terduga listrik dan biaya pulsa telepon yang disediakan. Beberapa jenis biaya yang digunakan dalam menetapkan harga jual dipengaruhi harga jual pasaran sehingga dalam penetapan harga disesuaikan dengan peningkatan maupun penurunan biaya yang dikeluarkan dan besar kecilnya roti dalam memproduksi dalam setiap bulannya. Penetapan harga disesuaikan dengan biaya bahan pokok dan biaya tenaga kerja yang dikeluarkan.

PENDAHULUAN

Perusahaan memperoleh laba dari kegiatan operasionalnya dalam berbagai faktor diperhatikan seperti penghasilan dan biaya lebih rendah dari penghasilan itu, perusahaan dapat mencapai laba yang diinginkan. Dalam upaya mencari laba yang besar perusahaan harus mampu menjual dalam jumlah yang besar dan tingkatan harga tertentu. Keinginan perusahaan untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya, perusahaan harus meningkatkan kualitas dan mutu produk agar hasilnya dapat bersaing di pasar (Al Sauqi, 2021).

Penjualan yang dilakukan perusahaan ditentukan dari permintaan konsumen terhadap barang yang dijual dan salah satu yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam suatu barang adalah harga jual barang yang bersangkutan. Apalagi jumlah perusahaan yang bersifat persaingan sempurna dimana terdapat banyak penjual, konsumen mempunyai banyak pilihan terhadap barang yang dibutuhkan berdasarkan harga dan tingkat kepuasan yang diperoleh dan barang-barang yang dibelinya (Farhat dan Marnas, 2020).

Disebabkan karena adanya penetapan harga sebelum di kalkulasi sejumlah biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan, hasil produksi diserahkan pada bagian pemasaran untuk menetapkan harga jual pasar. Pasar yang dimaksud adalah terdiri dari pelanggan potensial dengan kebutuhan dan keinginan tertentu atau tempat pertemuan antara penjual dan pembeli saling berinteraksi dapat terjadinya transaksi jual beli. Sehubungan dengan uraian tersebut, maka salah satu kebijakan perusahaan untuk mencapai keuntungan adalah dengan cara analisis penetapan harga jual barang. Bahwa dalam menetapkan harga jual merupakan *profit planning approach* yang didasarkan pada hubungan antara volume penjualan, laba, dan pembiayaan (Laila dan Marnas, 2020). Oleh karena itu perusahaan harus mampu dalam menetapkan harga sebagai pedoman dalam menentukan kebijaksanaan dalam bidang penjualan maupun bidang perencanaan laba dan keuntungan.

Perusahaan industri saat ini semakin berkembang dan prospeknya semakin baik untuk masa yang akan datang, dalam perusahaan industri, berkembangnya perusahaan

sangat bergantung pada laba yang diperoleh dari hasil operasionalnya yaitu dalam menciptakan produk dan pengembangan produknya. Sektor industri telah mengalami peningkatan yang dramatis dibandingkan perekonomian sebelumnya, sehingga sektor ini dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian dunia, setidaknya ada beberapa alasan yang dapat menjelaskan fenomena ini, yaitu dipicu oleh beberapa perubahan, diantaranya: perubahan demografis, perubahan sosial, perubahan ekonomi, perubahan politik dan hukum. Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba maupun kemampuan dalam menyerap tenaga kerja, perusahaan yang mencari keuntungan harus dapat memperkirakan segala biaya dalam memproduksi barang atau produk tersebut dan pemasaran produk tersebut serta menambahkan agar margin keuntungan yang memuaskan (Suryani, 2013).

Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untung barang atau jasa. Dapat juga diartikan bahwa harga adalah jumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Faktor yang mempengaruhi pertimbangan pedagang dalam menetapkan harga antara lain: Kondisi perekonomian, elastisitas harga, faktor yang tidak berkaitan dengan harga, tujuan perusahaan, faktor legal dan etis, bauran pemasaran, biaya ukuran bisnis dan persaingan. Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan sesuai perhitungannya (Moray, dkk. 2014).

Harga pada suatu perusahaan industri sangat mempengaruhi volume dalam penjualan (Maulani, dkk. 2018). Pengusaha perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, penetapan harga jual yang tepat tidak selalu berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin. Karena banyak konsumen yang mempertimbangkan harga dalam memakai sebuah produk yang ditawarkan. Pada industri yang sudah ada saat ini bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi pada sektor industri lainnya, seperti industri pabrik dan perumahan yang mempunyai prospek yang semakin menjanjikan.

Persaingan yang terjadi dalam bentuk industri kue roti juga terjadi persaingan yang ketat. Hal ini dapat di lihat banyangknya perusahaan-perusahaan yang mendirikan perusahaan yang sama di wilayah Kota Kendari. Selain itu terlihat bahwa perusahaan industry kue dan roti yang terlihat paling digemari masyarakat Kota Kendari adalah Roti Karunia Mandiri. Perusahaan tersebut juga dalam persaingan dan perusahaan industri makanan yang lain harus memiliki strategi dan metode dalam meningkatkan volume penjualan. Untuk menguasai pangsa pasar yang tepat sehingga perusahaan dapat memposisikan diri dalam persaingan tersebut perusahaan harus melakukan kebijakan harga, karena tuntutan konsumen untuk mendapatkan pelayanan berkualitas dengan harga jual yang rendah, mendorong perusahaan untuk menetapkan harga jual yang tepat karena

secara tidak langsung dapat mempengaruhi volume penjualan bagi perusahaan, karena dalam setiap dunia industri baik produk maupun jasa kegiatan yang dilakukan selalu dikaitkan dengan usaha untuk mencapai keuntungan yang optimal bagi perusahaan mereka, keberhasilan pencapaian keuntungan tersebut sangat bergantung pada perencanaan dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan dapat bertahan dan berkembang.

Beberapa hasil penelitian yang relevan dengan peneliti seperti, Urrokhmah (2018) melakukan penelitian dengan judul Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan volume penjualan Pada Kalya Fashion Serba 35.000 Purwokerto. Hasil penelitiannya adalah Toko Kalya Fashion mengalami peningkatan volume penjualan dengan demikian dapat dikatakan bahwa strategi penetapan harga yang digunakan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan. Menggunakan 2 metode, yaitu strategi penetapan harga produk baru dan strategi fleksibilitas harga. Bernik dan Mukiman (2019) melakukan penelitian dengan judul Analisis penetapan harga untuk peningkatan jumlah penjualan produk (studi kasus pada sate Hadori Bandung). Hasil yang diperoleh ternyata walaupun telah dilakukannya kenaikan harga sebanyak 2 kali dari tahun 2016-2018 jumlah penjualannya mengalami peningkatan. Nurlela, dkk, (2021) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Volume penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* mengalami fluktuatif dengan rata – rata margin sebesar 23%, (2) volume penjualan mengalami fluktuatif dengan rata – rata penjualan sekitar 38 produk yang terjual, (3) besarnya pengaruh penetapan harga jual terhadap volume penjualan sebesar 57,76% (koefisien determinasi).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: “**Analisis Metode Penetapan Harga Jual Roti Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Pabrik Roti Karunia Mandiri Kendari**”.

Akuntansi Manajemen Menurut Hansen and Mowen (2013) adalah proses mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklarifikasi dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan dan mengambil keputusan.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Akuntansi Manajemen adalah sistem akuntansi atau salah satu ilmu akuntansi yang hasil atau outputnya mempengaruhi dalam pengambilan keputusan bagi pihak internal atau manajemen.

Perbedaan akuntansi dan manajemen yang pertama adalah dari tujuannya. Akuntansi keuangan bertujuan untuk menghasilkan laporan keuangan di sebuah perusahaan untuk periode tertentu. Sedangkan, akuntansi manajemen tujuannya untuk menghasilkan laporan yang rinci dan spesifik. Akuntansi manajemen juga berfungsi melakukan identifikasi masalah di perusahaan dan mencari opsi penyelesaiannya.

Akuntansi keuangan adalah akuntansi yang bertujuan untuk menghasilkan informasi keuangan bagi pihak ekstern perusahaan. Informasi yang disajikan berupa laporan neraca, laba/rugi, perubahan modal, arus kas, dan catatan keuangan lainnya. Transaksi yang menjadi objek dalam akuntansi keuangan sifatnya umum menyangkut harga, utang, dan modal perusahaan.

Menurut Martani (2012), financial accounting adalah berorientasi pada pelaporan dari pihak eksternal yang mempunyai tujuan mendetail kepada masing-masing pihak yaitu pihak pembuat laporan keuangan berpatokan pada prinsip dan asumsi-asumsi dalam proses pembuatan laporan keuangan.

Menurut Michael J. Etzal (2012), harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat ukur. Di dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari semua item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen. Sehingga harga itu sebenarnya nilai yang dinyatakan dalam suatu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa (Adi, dkk. 2018)

Menurut Genda dkk (2016), menjelaskan penetapan harga adalah menetapkan harga suatu barang. Apabila nilai harga barang itu terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual.

Setelah mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, maka perusahaan baru akan memecahkan masalah penetapan harga ini dengan menggunakan metode penetapan harga. Menurut Darmawi (2006) ada beberapa metode penetapan harga (*methods of price determination*) yang dapat dilakukan budgeter dalam perusahaan, yaitu: 1) Metode Taksiran (*Judgement Method*); Perusahaan yang baru saja berdiri biasanya memakai metode ini. Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan insting saja walaupun market survey telah dilakukan. Biasanya metode ini menggunakan oleh para pengusaha yang tidak terbiasa dengan data statistik. Penggunaan metode ini sangat murah karena perusahaan tidak memerlukan konsultan untuk surveyor. Akan tetapi tingkat kekuatan prediksi sangat rendah karena ditetapkan oleh insting, 2) Metode Berbasis Pasar (*Market-Based Pricing*); (a) Harga pasar saat ini (*current market price*); Metode ini dipakai apabila perusahaan mengeluarkan produk baru, yaitu hasil modifikasi dari produk yang lama. Perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk yang lama. Penggunaan metode ini murah dan cepat. Akan tetapi pangsa pasar yang didapat pada tahun pertama relatif kecil karena konsumen belum mengetahui profil produk baru perusahaan tersebut, seperti kualitas, rasa, dan sebagainya, (b) Harga pesaing (*competitor*

price); Metode ini hampir sama dengan metode dengan metode harga pasar saat ini. Perbedaannya menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingannya untuk produk yang sama atau berkaitan. Dengan metode perusahaan berpotensi mengalami kehilangan pangsa pasar karena dianggap sebagai pemalsu. Ini dapat terjadi apabila produk perusahaan tidak mampu menyaingi produk pesaing dalam hal kualitas, ketahanan, rasa, dan sebagainya, (c) Harga pasar yang disesuaikan (*adjusted current market price*); Penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal tersebut dapat berupa antisipasi terhadap inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga perbankan, tingkat keuntungan yang diharapkan (*required rate of return*), tingkat pertumbuhan ekonomi nasional dan internasional, perubahan dalam trend consumer spending, siklus dalam trending dan mode, perubahan cuaca, dan sebagainya; 3) Metode berbasis biaya (*Cost-Based Pricing*); (a) Biaya penuh plus tambahan tertentu (*full cost plus mark-up*); Dalam metode ini, budgeter harus mengetahui berapa proyeksi full cost untuk produk tertentu. *Full cost* adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dan atau dibebankan sejak bahan baku mulai di proses sampai produk jadi siap untuk di jual. Hasil penjumlahan antara *full cost* dengan tingkat keuntungan yang diharapkan (*required profit margin*) yang ditentukan oleh direktur pemasaran atau personalia yang diberikan wewenang dalam penetapan harga, akan membentuk proyeksi harga untuk produk itu pada tahun anggaran mendatang. *Required profit margin* dapat juga ditetapkan dalam presentase. Untuk menetapkan profit, budgeter harus mengalihkan *full cost* dengan presentase *required profit margin*. Penjumlahan antara profit dengan *full cost* akan menghasilkan proyeksi harga, (b) Biaya variabel plus tambahan tertentu (*variable cost-plus mark-up*); Dengan metode ini budgeter menggunakan basis variable cost. Proyeksi harga diperoleh dengan menambahkan mark-up laba yang diinginkan. Mark-up yang diinginkan pada metode ini lebih tinggi dari mark-up dengan basis full cost. Hal ini disebabkan biaya variabel selalu rendah dari pada full cost.

Penjualan merupakan salah satu bentuk baku dari kinerja perusahaan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dapat dilihat dari kondisi volume penjualan secara keseluruhan. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan. Salah satunya adalah dengan meningkatkan volume penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut Swastha (2010) penjualan merupakan interaksi antara individu saling bertemu yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama (Julitawaty, dkk. 2020).

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dapat dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi terhitung secara keseluruhan dari total yang dicapainya. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusinya menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun. Menurut Kotler dan Keller, (2012) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik.

METODE

Rancangan dan Objek Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif (deskriptif) yang bertujuan untuk mengetahui metode penetapan harga jual dan penjualan Pabrik Roti Karunia Mandiri Kendari. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2018:53-55). Objek penelitian ini adalah Pabrik Roti Karunia Mandiri yang beralamat di JL. Kancil No. 17 B, Anduonohu, Poasia, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara 93231, Indonesia.

Instrumen Penelitian

Arikunto (2010) Instrumen adalah alat atau fasilitas yang digunakan dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi.

Dimana peneliti melakukan wawancara kepada Pimpinan Pabrik Roti Karunia Mandiri Kendari JL. Kancil No. 17 B, Anduonohu, Poasia, Kota Kendari. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dan gambaran mengenai kebijakan penetapan harga jual roti yang diterapkan oleh pabrik roti dalam meningkatkan penjualan pada pabrik roti karunia mandiri.

Dokumentasi dilakukan dengan mempelajari data yang dibutuhkan mengenai bukti-bukti pendukung lainnya seperti bukti-bukti transaksi dan laporan-laporan yang dibuat oleh pabrik roti yang sesuai dengan kebutuhan peneliti.

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, dan gambar. Sumber data yang digunakan untuk melaksanakan penelitian yaitu data primer, data yang diperoleh langsung dari penelitian melalui pengamatan langsung pada objek yang akan diteliti melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Untuk mendukung keperluan penganalisisan data penelitian ini, diperlukan

sejumlah data pendukung yang diperoleh dari hasil olahan yang sudah ada di lokasi penelitian berupa dokumen-dokumen.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada Woran, dkk. (2014) data kualitatif dan data kuantitatif, dimana data kualitatif yakni gambaran umum perusahaan dan informasi operasi perusahaan dan data kuantitatif yang berupa biaya produksi dan metode perhitungan untuk harga jual berupa metode cost plus pricing.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal berupa buku, surat, dan dokumen lainnya. Metode ini digunakan sebagai pengumpul data mengenai obyek lokasi penelitian yaitu Pabrik Roti Karunia Mandiri, serta gambaran umum perusahaan dan data-data mengenai penulis yaitu Analisis Kebijakan Penetapan Harga Jual Roti Dalam Meningkatkan Penjualan.

b. Observasi

Teknik observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisisioner. Jika wawancara dan kuisisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam lain (Sugiyono, 2018). Pengumpulan data dalam teknik ini diperoleh dengan melakukan pengamatan terhadap aktivitas dan kejadian tertentu yang berhubungan dengan penelitian penulis untuk mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

c. Teknik Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2018). Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara) dengan melakukan wawancara kepada Bendahara Kelurahan Lahundape dan teknik untuk mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan dan berhubungan dengan penelitian penulis.

Pengujian Keabsahan dan Teknik Analisis Data

Dalam memperoleh keakuratan dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan triangulasi waktu,

waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data (Sugiyono, 2018). Triangulasi waktu menguji kredibilitas dengan cara melakukan pengecekan dengan observasi, wawancara, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai menemukan kepastian data. Analisis data menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menjelaskan bagaimana kebijakan penetapan harga jual roti dalam meningkatkan penjualan pada pabrik roti karunia mandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Harga Pokok Produksi

Persaingan di dunia bisnis seperti toko roti dan kue di Kota Kendari terlihat pada perusahaan pabrik Roti Karunia Mandiri karena perusahaan tersebut menurut hasil prasarvey merupakan perusahaan yang diminati konsumen akan produk dan layanan yang diberikan. Pabrik Roti Karunia Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner atau makanan yang memproduksi berbagai jenis roti salah satunya seperti roti tawar, roti sisir, roti kacang dan roti coklat. Pabrik Roti Karunia Mandiri merupakan perusahaan yang berdiri pada tahun 1998 yang di kerjakan oleh 25 tenaga-tenaga profesional yang ahli di bidangnya. Perusahaan yang sudah 25 tahun ini berdiri, memiliki jumlah konsumen yang sangat banyak. Hal ini dapat di perkuat dengan data penjualan pada 3 bulan tahun 2022.

Tabel 1. Data Penjualan Roti Karunia Mandiri Per Triwulan 4 2022

No	Jenis Produk	Harga/Pcs	Oktober	November	Desember
1	Roti Tawar	Rp.10.000	Rp.26.000.000	Rp.39.000.000	Rp.52.000.000
2	Roti Sisir	Rp.5.000	Rp.26.000.000	Rp.32.500.000	Rp.39.000.000
3	Roti Kacang	Rp.4.000	Rp.20.800.00	RP.31.200.000	Rp.36.400.000
4	Roti Cokelat	Rp.4.000	Rp.31.200.000	Rp. 36.400.000	Rp.41.600.000

Sumber: Pabrik Roti Karunia Mandiri, 2023

Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa penikmat atau pelanggan di Roti Karunia Mandiri Kendari menunjukkan peningkatan dan mengalami progress dari tahun ke tahun yang baik. Hal ini berkaitan dengan manajemen yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut, salah satunya di lihat dari harga. Kondisi tersebut menarik untuk diteliti berkaitan dengan kebijakan penetapan harga yang berdampak terhadap tingginya penjualan.

Pabrik Roti Karunia Mandiri menggunakan penetapan harga yang apa adanya kemudian harga ditetapkan dengan menambahkan mark up yang dianggap pantas pada

cost barang. Cost per unit dihitung dengan menganggap bahwa semua barang telah terjual dalam satu periode yang lalu. Lalu biaya total yang terjadi pada bulan tersebut dibagi dengan volume produksi. Adapun biaya-biaya produksi adalah sebagai berikut:

a. Bahan baku

Bahan baku yang digunakan dalam memproduksi roti adalah tepung, gula, mentega, susu, cokelat, telur dan yeast (ragi). Dari bahan pokok inilah diolah menjadi roti. Bahan baku yang dimaksud seluruh bahan yang dikeluarkan dalam memproduksi Roti Karunia Mandiri. Pabrik Roti Karunia Mandiri dalam sebulan memproduksi roti kurang lebih mencapai 70.000 roti sebulan, namun juga dapat bertambah apabila ada pesanan dari konsumen. Penambahan tidak menentu kecuali terdapat pemesanan. Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan bahan baku yang akan diubah menjadi roti. Biaya bahan baku tinggi dikarenakan permintaan roti itu meningkatkan sehingga memproduksi lebih banyak sedangkan biaya bahan baku rendah karena permintaan akan roti menurun.

Berdasarkan data yang diperoleh dari informan peneliti menjelaskan bahwa bahan baku untuk memproduksi 70.000 roti membutuhkan tepung terigu kompas sebanyak 80 karung dengan berat per karungnya sebesar 20kg, biaya bahan baku pembuatan topping (cream, mentega dan coklat) sebanyak Rp. 7.000.000, -, telur sebanyak 500 rak telur dan biaya bahan-bahan lainnya seperti mentega, gula pasir dan lain-lain. Berikut merupakan rincian biaya bahan baku yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Biaya Bahan Baku

No	Jenis Bahan Baku	Satuan	Kuantitas	Harga (Rp)	Total (Rp)
1	Tepung Terigu	Sak	80	208,000	16,640,000
2	Gula	Sak	16	750,000	12,000,000
3	Mentega	Dus	16	405,000	6,480,000
4	Susu	Dus	10	524,000	5,240,000
5	Topping				7,000,000
6	Telur	Rak	500	55,000	27,500,000
7	Ragi	Dus	10	500,000	5,000,000
		Total			79,860,000

Sumber: Pabrik Roti Karunia Mandiri

b. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan balas jasa yang diberikan oleh perusahaan pada semua karyawan yang ada dalam proses produksi. Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh Pabrik Roti Karunia Mandiri Kendari untuk pembiayaan gaji karyawan. Dimana biaya tersebut di keluarkan tiap bulan untuk menggaji semua karyawan pabrik tersebut. Pabrik Roti Karunia Mandiri Kendari dengan tenaga kerja sebanyak 25 orang karyawan dengan tugas masing-masing mulai dari prosesing roti sampai dengan pengemasan. Gaji standar yang dikeluarkan perusahaan untuk setiap karyawan yang berkerja sebesar Rp. 2.500.000. Biaya tenaga kerja yang terjadi pada Pabrik Roti Karunia Mandiri dihitung:

Tabel 3. Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Karyawan	Jumlah	Upah	Total
1	Supervisor	3	5,000,000	15,000,000
2	Karyawan	22	2,500,000	55,000,000
		Total		70,000,000

Sumber: Pabrik Roti Karunia Mandiri

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya-biaya *overhead* yang dikeluarkan oleh Pabrik Roti Karunia Mandiri Kendari dalam membuat roti adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Biaya Overhead Pabrik

No	Jenis	Tetap	Variabel
1	Biaya Bahan Penolong		5,000,000
2	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	1,000,000	
3	Biaya Asuransi	2,500,000	
4	Biaya Lain-Lain		2,500,000
	Total	3,500,000	7,500,000

Sumber: Pabrik Roti Karunia Mandiri

Penentuan Harga Jual

Pada penelitian ini, peneliti ingin menentukan penentuan harga jual dengan metode berbasis biaya (*cost-based pricing*) yang terdiri dari *full cost-plus mark-up* dan *variable cost-plus mark-up*. Berdasarkan hal tersebut maka akan diuraikan penentuan harga jual yang tepat bagi Pabrik Roti Karunia Kendari dengan ketentuan perusahaan menginginkan

laba sebesar 50% adalah sebagai berikut:

1. Perhitungan Harga Jual dengan Menggunakan Pendekatan *Full Costing*

Perhitungan biaya produksi dengan menggunakan pendekatan *full costing* ini merupakan perhitungan semua biaya yang digunakan dalam proses produksi akan diklasifikasikan sebagai biaya produksi, baik yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap. Berikut perhitungan biaya produksi dengan pendekatan *full costing*:

Tahap 1: Menentukan Total Produksi

Biaya Bahan Baku	79,860,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	70,000,000
Biaya Overhead Pabrik Variabel	7,500,000
Biaya Overhead Pabrik Tetap	3,500,000
Total Produksi	160,860,000

Tahap 2: Menentukan Biaya Per Unit

Biaya per unit	=	$\frac{\text{HPP}}{\text{Jumlah Unit}}$
	=	$\frac{160,860,000}{70,000 \text{ (biji)}}$
	=	Rp. 2,298

Tahap 3: Menentukan Harga Jual Per Unit

Harga jual	=	$\text{HPP} + (\% \text{ laba} \times \text{HPP})$
	=	$160,860,000 + (50\% \times 160,860,000)$
	=	241.290,000
Biaya per unit	=	$\frac{\text{HPP}}{\text{Jumlah Unit}}$
	=	$\frac{241,290,000}{70,000}$
	=	3,447

Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi dengan pendekatan *full costing*

yang telah dilakukan diperoleh total produksi sebesar Rp. 160,860,000 hasil penjumlahan dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik tetap dan variabel sehingga menghasilkan biaya per unit sebesar Rp. 2,298. Adapun harga jual keseluruhan yang diperoleh sebesar Rp. 241,290,000 dengan laba yang diinginkan perusahaan sebesar 50%. Disamping itu, hasil dari penghitungan keseluruhan makan diperoleh harga jual per unit dengan metode *full costing* sebesar Rp. 3,447 per biji roti.

Tabel 5. Pabrik Roti Karunia Kendari

Laporan Rugi-Laba Metode *Full Costing* (dalam rupiah)

Penjualan (70,000 x Rp. 3,447)	241,290,000
Harga Pokok Penjualan	160,860,000
Laba Kotor Atas Penjualan	80,430,000
Biaya-Biaya :	
Pemasaran	5,000,000
Administrasi dan Umum	10,000,000
Laba Bersih	65,430,000

Berdasarkan data yang telah diolah, pada tabel di atas menunjukkan bahwa rugi-laba perusahaan dengan pendekatan *full costing* menghasilkan laba bersih sebesar Rp. 65,430,000 setiap bulannya. Angka ini diperoleh berdasarkan perkiraan tercapainya target penjualan sebanyak 70,000 biji setiap bulannya serta telah dikurangi oleh biaya-biaya yang timbul akibat dari prosesn produksi dan penjualan.

2. Perhitungan Harga Jual dengan Menggunakan Pendekatan *Variable Costing*

Perhitungan biaya produksi dengan menggunakan pendekatan *variable costing* ini berbeda dengan perhitungan *full costing*, yang membedakan adalah pada *full costing* semua unsur biaya baik variabel maupun tetap diperhitungkan ke dalam harga pokok produksi, sedangkan dalam *variable costing* unsur biaya yang diperhitungkan hanya biaya variabel saja. Berikut ini perhitungan harga pokok produksi dengan pendekatan *variable costing*:

Tahap 1: Menentukan Total Produksi

Biaya Bahan Baku	79,860,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	70,000,000
Biaya Overhead Pabrik Variabel	7,500,000

Total Produksi **157,360,000**

Tahap 2: Menentukan Biaya Per Unit

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{HPP}}{\text{Jumlah Unit}} \\
 &= \frac{157,360,000}{70,000} \\
 &= \mathbf{2,248}
 \end{aligned}$$

Tahap 3: Menentukan Harga Jual Per Unit

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual} &= \text{HPP} + (\% \text{ laba} \times \text{HPP}) \\
 &= 157,360,000 + (50\% \times 157,360,000) \\
 &= \mathbf{236,040,000}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{HPP}}{\text{Jumlah Unit}} \\
 &= \frac{236,040,000}{70,000} \\
 &= \mathbf{3,372}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan menggunakan pendekatan *variable costing*, harga pokok produksi yang diperoleh sebesar Rp. 157,360,000. Hasil penjumlahan dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik variabel sehingga menghasilkan biaya per unit Rp. 2,248. Adapun harga jual keseluruhan diperoleh sebesar Rp. 236,040,000 dengan laba yang diinginkan perusahaan sebesar 50%. Disamping itu dari hasil penghitungan keseluruhan maka diperoleh harga jual per unit dengan metode *variable costing* sebesar Rp. 3,372 per biji roti

Tabel 6. Pabrik Roti Karunia Kendari

Laporan Rugi-Laba Metode *Variable Costing* (dalam rupiah)

Penjualan (70,000 x Rp. 3,372)	236,040,000
Dikurangi biaya-biaya variabel:	
Biaya produksi variabel	157,360,000

Pemasaran	5,000,000	
Administrasi dan Umum	10,000,000	
Total Biaya Variabel		172,360,000
Laba Kontribusi		63,680,000
Dikurangi biaya tetap:		
<i>Overhead</i> Pabrik tetap		3,500,000
Laba Bersih		60,180,000

Berdasarkan data yang telah diolah, pada tabel di atas menunjukkan bahwa rugi-laba perusahaan dengan pendekatan *variable costing* menghasilkan laba bersih sebesar Rp. 60,180,000 setiap bulannya. Angka ini diperoleh berdasarkan perkiraan tercapainya target penjualan sebanyak 70,000 biji setiap bulannya serta telah dikurangi oleh biaya-biaya yang timbul akibat dari proses produksi dan penjualan.

3. Perbandingan perhitungan antara pendekatan *full costing* dan *variable costing*

Berikut merupakan perbandingan perhitungan harga pokok produksi dalam penetapan harga jual pada pabrik Roti Karunia Kendari:

Tabel 7. Perbandingan Perhitungan Antara Pendekatan *Full Costing* dan *Variable Costing*

Keterangan	<i>Full Costing</i>	<i>Variable Costing</i>	Selisih
Harga Pokok Produksi	160,860,000	157,360,000	3,500,000
Biaya Per Unit	2,298	2,248	50
Harga Jual	241,290,000	236,040,000	5,250,000
Harga Jual Per Unit	3,447	3,372	75

Perbandingan antara pendekatan *full costing* dan *variable costing* dalam perhitungan harga pokok produksi untuk penetapan harga jual sangat terlihat jelas dimana biaya-biaya yang ditimbulkan serta besarnya harga jual lebih condong ke metode *full costing* dibandingkan dengan *variable costing* yang berbiaya rendah serta harga jual yang rendah. Sehingga penetapan harga jual per unit yang ditentukan dengan metode ini memiliki selisih sebesar Rp. 75 per unit nya.

Pembahasan

Penelitian ini menggunakan metode variabel costing yaitu untuk menentukan harga pokok produksi dan penentuan harga jual normal untuk menentukan harga jual roti.

Selanjutnya yaitu dengan menggunakan metode Penentuan Harga Jual Normal (*costplus pricing*) merupakan penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase markup yang dihitung dengan formula tertentu. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual (Mulyadi, 1995).

Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk Roti Karunia maka lebih baik mengambil kebijakan penentuan harga jual menggunakan metode *variable costing*. Alasannya adalah selain harga jual yang lebih murah yaitu sebesar Rp. 3,372 per biji roti dibandingkan dengan metode *full costing* dengan harga sebesar Rp. 3,447 yang lebih mahal sebesar Rp. 75.

Selain itu, metode ini juga memang lebih sedikit menghasilkan laba atau keuntungan dalam penjualannya karena harga yang rendah, akan tetapi dengan harga yang rendah akan semakin banyak konsumen yang membeli roti Karunia apabila menggunakan metode *variable costing* sehingga target penjualan akan tercapai dan menghasilkan keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Halim, dkk. (2013), menyatakan bahwa Metode penentuan harga pokok produk adalah dengan membebankan semua biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik) baik bersifat tetap maupun variabel kepada produk atau jasa. Unsur-unsur biaya pada harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu metode *full costing* dan *variabel costing* (Efendi, 2018).

Widilestariningtyas, dkk. (2012) adalah Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, terdapat dua metode yaitu *full costing* dan *variable costing*.

Widilestariningtyas, dkk. (2012) menyatakan bahwa *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk. Metode *variable costing* ini dikenal dengan nama *direct costing* (Megawati, 2019).

Biaya produksi yang bersifat tetap pada *variable costing* diperlakukan sebagai biaya periode akuntansi dimana biaya tersebut terjadi. Penentuan harga pokok berdasarkan metode ini pada umumnya ditujukan untuk pihak manajemen dalam rangka pengambilan kebijakan harga. Laporan laba rugi yang disusun dengan metode ini menitik beratkan pada penyajian biaya sesuai dengan perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlela, dkk. (2021) dan Amalia dan Puspaprawati, (2022) yang menemukan bahwa metode *cost-based pricing* atau metode berbasis biaya merupakan metode yang baik dalam menentukan harga jual. Metode ini sangat baik karena memperhitungkan biaya-biaya yang timbul akibat dari proses produksi sehingga penetapan harga sesuai dengan perhitungan biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian menunjukkan bahwa Penetapan harga jual roti pada Pabrik Roti Karunia Mandiri paling baik menggunakan metode *variabel costing* dalam meningkatkan penjualan pada Pabrik Roti Karunia Mandiri yaitu berdasarkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan overhead pabrik menjadi acuan dalam penentuan harga jual. Penetapan harga disesuaikan dengan peningkatan maupun penurunan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi setiap bulannya. Penetapan harga jual roti dapat bersaing dengan harga yang lebih murah, sehingga mampu meningkatkan penjualan pada pabrik Roti Karunia Mandiri.

Selain itu, dalam melakukan kebijakan penetapan harga untuk lebih memperhatikan proses *costing pricing* seperti biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead*.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan, seperti kesulitan mendapatkan lampiran laporan penjualan dan biaya produksi pada Pabrik Roti Karunia Mandiri Kendari. Pada saat melakukan wawancara kurang maksimal dikarenakan responden tidak terlalu terbuka dengan informasi/pencatatan keuangan dan tidak memiliki waktu yang cukup banyak untuk melakukan wawancara sehingga sebagian informasi yang diperoleh berupa estimasi/taksiran yang diharapkan dapat menggambarkan informasi penjualan yang sesungguhnya. Dengan melakukan observasi langsung seperti memerhatikan harga jual yang tertera di produk secara fisik, peneliti berusaha menggambarkan perhitungan taksiran harga jual yang berlaku yang sudah dikomunikasikan dengan pihak Pabrik Roti Karunia Mandiri Kendari.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D.O.R.K., Azis, F., Leonardo, B.H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*. Vol. 4. No. 4. Hal. 1-22
- Al Sauqi, R. (2021). Analisis Penetapan Harga Jual Produk Dan Volume Penjualan Pada Pt Dea Lova Indonesia. *JURNAL MAHASISWA AKUNTANSI (JAMAK)* Vol 2 (1), 2021 51 – 62

- Amalia, R dan Puspapratiwi. 2022. Analisis Penetapan Harga Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Kopi Saluan di Desa Tontouan, Banggai. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. Vol. 6 No. 2. Hal 581 - 589
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bernik, M., & Mukiman, D.H. (2019). Analisis penetapan harga untuk peningkatan jumlah penjualan produk (studi kasus pada sate Hadori Bandung). Vol. 5 No. 1, Hal 1 – 14
- Darmawi, H. (2006). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Efendi, A. R. (2018). Analisis Strategi Penetapan Harga Jual Ditinjau dari Harga Pokok Produksi pada Perusahaan Aliff Catering. *Jurnal Akuntansi Manajemen*. Vol. 3 No. 3. Hal 1 - 8
- Genda, H., Muhani, M., Bustami, L. (2016). Analisis Pengaruh Penetapan Harga Jual Dala Meningkatkan Volume Penjualan Air Mineral Pada Pt. Asera Tirta Posidonia Di Kota Palopo. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2). Hal 223 - 240
- Halim, A, Supomo, B., Kusufi, S.M. 2013. *Akuntansi Manajerial*. Edisi kedua Cetakan ketiga. Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM, Yogyakarta.
- Hansen, D.R and Mowen, M.M. 2013. *Manajemen Biaya*, Edisi Bahasa Indonesia. Buku Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Indriyo, G dan Basri. (2002). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Julitawaty, W., Frith, W., Thomas, S.G. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor PT. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*. Vol. 6. No. 1. Hal. 43-56.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Laila, F., & Marnas, M. (2020). Analisis Kebijakan Penetapan Harga Jual Rumah Pada Perumahan PT. Nasaliansyah Developer Jambi. Vol. 5. No. 2. Hal. 301-304.
- Martani, D. (2012). *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maulani, R., Dwiastuti, R., & Andriani, D. R. (2018). Analisis Penetapan Harga Produk Obat Herba Olahan Jamur Dewa (*Agaricus Blazei Murril*) Pada CV. Asimas. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 1(2), 94-107.
- Megawati, N. M. R. (2019). Analisis Penerapan Metode Variable Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual (Studi Pada Pabrik Lilin Bali Star Candle Suwat, Gianyar). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*,

10(2), 450-459.

- Moray, J. C., Saerang, D. P. E., Runtu, T. (2014). Penetapan Harga Jual Dengan Cost Plus Pricing Menggunakan Pendekatan Full Costing Pada Ud Gladys Bakery. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2). Hal 1 -12
- Mulyadi. 1995., *Akuntansi Manajemen: Konsep Manfaat dan Rekayasa*, Edisi 2, cetakan pertama, BPFE UGM Yogyakarta
- Nurlela, I., Rini, A.E.Y., Firman, A. (2021). Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan. Vol. 2 No. Hal 1 - 6.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFE UGM
- Urrokhmah, T 2018. *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kalya Fashion Seba 35.000 Purwokerto*. Skripsi IAIN Purwokerto.
- Widilestariningtyas, O, Anggadini, S.D., Firdaus, D.W., 2012. *Akuntansi Biaya*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Woran, R., Ilat, V., & Mawikere, L. (2014). Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada Ud. Vanela. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 2. No. 2. Hal. 1-11.