

---

## Analisis Penetapan Harga Berdasarkan Pesanan pada Wijaya Advertising di Kota Palu

### *Analysis of Order-Based Pricing at Wijaya Advertising in Palu City*

<sup>1</sup>Nurlailah\*, <sup>2</sup>Rukmin Baro  
<sup>1,2</sup>STIE Panca BHAKTI PALU  
(\*Email Korespondensi: [nurlailah@gmail.com](mailto:nurlailah@gmail.com))

---

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perhitungan yang tepat dalam menetapkan harga berdasarkan pesanan di Wijaya Advertising dan membandingkan perhitungan harga pokok produksi perusahaan dengan perhitungan harga pokok produksi teori *full costing*. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data yang diolah dengan menggunakan analisis Full Costing untuk penentuan harga pokok produksi dan analisis *Job Order Costing* untuk penentuan harga jual berdasarkan pesanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan pencatatan *Job Order Costing*, ternyata hasil Laba yang diperoleh lebih baik jika dibandingkan dengan pencatatan sebelumnya, dimana harga pokok produksi telah diperhitungkan biaya overhead sesungguhnya atas dasar stroke yang digunakan oleh masing-masing biaya. Metode *Full Costing* yang digunakan dalam laporan keuangan telah memperhitungkan seluruh proses produksi atas dasar seluruh biaya yang dikeluarkan. Dimana harga pokok produksi per lembar spanduk dengan pesanan nomor 499 pada tahun 2019 adalah sebesar Rp. 32.000,-. Sedangkan harga pokok produksi menurut perusahaan sebesar Rp. 30.000,-. Sehingga terdapat selisih sebesar Rp. 2.000,-.

**Kata kunci:** Penetapan harga, *full costing* dan *job order costing*

---

#### **Abstract**

*This study aims to determine and analyze the correct calculation in setting prices based on orders at Wijaya Advertising and to compare the calculation of the company's cost of goods manufactured with the calculation of the cost of goods manufactured in full costing theory. The data used are primary and secondary data. The data is processed using Full Costing analysis for determining the cost of goods manufactured and Job Order Costing analysis for determining selling prices based on orders. The results showed that by using Job Order Costing recording, the profit obtained was better than the previous recording, where the cost of goods manufactured had calculated actual overhead costs on the basis of strokes used by each cost. The Full Costing method used in the financial statements has taken into account the entire production process on the basis of all costs incurred. Where the cost of production per banner sheet with order number 499 in 2019 is Rp. 32.000,-. Meanwhile, the cost of production according to the company is Rp. 30.000,-. So there is a difference of Rp. 2.000,-.*

*Keywords: Pricing, full costing and job order costing*

---

## **PENDAHULUAN**

Beberapa tahun terakhir ini, banyak bermunculan beberapa perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan-perusahaan kecil yang berskala nasional maupun internasional. Sehingga dengan demikian tentunya hal ini dapat memberikan pengaruh baik terhadap peningkatan pertumbuhan perekonomian nasional (Soedibyo, 2013). Namun yang sebenarnya terjadi terdapat beberapa perusahaan kecil gulung tikar atau mengalami kebangkrutan yang salah satu penyebabnya dikarenakan perusahaan tersebut mengeluarkan biaya-biaya yang tidak sebanding dengan pendapatan yang diperoleh perusahaan tersebut.

Persaingan didunia usaha kini semakin ketat, sehingga dengan demikian untuk menghadapi beberapa persaingan tersebut perusahaan diharapkan mampu menghasilkan produk yang bermutu dan memiliki kualitas yang baik dengan harga yang kompetitif (Adi & YOESTINI, 2012). Oleh karenanya setiap perusahaan perlu memperhatikan dalam menentukan maupun menetapkan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang percetakan, maka perusahaan dalam menjalankan usahanya sangatlah penting. Untuk itu diperlukan kemampuan yang baik dari semua elemen yang ada dalam perusahaan, diantaranya adalah kemampuan untuk menetapkan harga berdasarkan pesanan dan menentukan harga pokok produksinya, sehingga dapat mencapai tujuan utama perusahaan yaitu mencapai target laba yang maksimal (Yusnaini et al., 2020).

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan laba perusahaan yaitu dengan menekan biaya produksi serendah mungkin tanpa menurunkan kualitas dan kuantitas produk. Agar tujuan perusahaan tercapai, maka dibutuhkan manajemen yang baik. Akuntansi sebagai salah satu alat untuk menyediakan informasi keuangan yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan (Hastuti, 2012).

Perusahaan dapat melakukan penetapan harga berdasarkan jenis pesanan.

Penetapan harga jual dikatakan belum memadai jika hanya bertujuan untuk menutupi ataupun memulihkan semua biaya, akan tetapi perlu jaminan adanya laba yang diperoleh perusahaan. Sehingga laba yang diperoleh perusahaan, akan mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan bahkan akan mampu mengembangkan usaha perusahaan tersebut. Penetapan harga berdasarkan jenis pesanan secara tidak langsung sangat ditentukan pada kualitas jenis bahan yang digunakan (Putri et al., 2016).

Pada Saat menetapkan harga berdasarkan pesanan, perlu adanya pemahaman tentang akuntansi yaitu dengan melakukan proses pencatatan, penggolongan, atau pengelompokan biaya-biaya yang dibutuhkan dalam menerima pesanan produk atau jasa.

Kesalahan dalam penetapan harga berdasarkan pesan dapat berakibat fatal bagi perusahaan, dimana perusahaan akan mengalami kerugian akibat harga yang tidak sesuai dengan pesanan. Dengan demikian diharapkan keputusan yang diambil pihak manajemen dalam hal peningkatan laba akan dapat dilakukan secara tepat dan bijaksana.

Pengertian advertising adalah jasa periklanan yang digunakan untuk mengekspresikan peluang sekaligus untuk mempromosikan sebuah produk baru yang dijual oleh perusahaan melalui dengan menggunakan jasa percetakan dengan desain dan warna yang dikreasikan sedemikian mungkin agar dapat menarik perhatian pelanggan atau konsumen (PARAMITHA, 2018).

Advertising merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang periklanan, advertising tidak lepas dari ide yang bagus dan kreatif (Dewa, 2010). Selain itu Advertising juga menyediakan jasa membuat konsep, percetakan, maupun penempatan iklan. Hal ini tergantung dari jenis usaha Advertising itu sendiri. Karena seiring berkembangnya dunia usaha salah satunya adalah Advertising dapat menjadi alternatif bagi usaha, karena hampir semua perusahaan yang akan menjual produk ataupun jasa membutuhkan Advertising.

Wijaya Advertising adalah perusahaan yang bergerak dibidang percetakan yang

menggunakan system harga pokok pesanan (job order system) karena produksi yang dilakukan perusahaan ini berlangsung sesuai dengan pesanan. Produk yang dihasilkan Wijaya Advertising yaitu kartu undangan, spanduk, banner dan lain-lain. Untuk menentukan harga Jual yang tepat maka harus dilakukan penetapan harga berdasarkan pesanan yang tepat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perhitungan yang tepat dalam menetapkan harga berdasarkan pesanan di Wijaya Advertising. Dan untuk membandingkan antara teori dengan praktek yang dilakukan oleh Wijaya Advertising dalam menentukan harga atas pesanan.

### METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif komparatif. Tempat Penelitian ini dilakukan di Wijaya Advertising, dimana merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya bidang percetakan yang berlokasi di jl. Setia Budi No.8 Palu. Penelitian ini dilakukan selama bulan juli sampai agustus 2020 dimulai saat pengambilan data pertama mengenai penetapan harga produk berdasarkan pesanan pada Wijaya Advertising. Teknik

pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui observasi, dan wawancara.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif komparatif, yaitu menggambarkan perhitungan harga pokok produksi dengan metode perhitungan harga pokok produksi yang selama ini dilakukan oleh perusahaan dan dengan menggunakan metode *Full Costing* (Darise et al., 2016).

Data dianalisis secara komparatif, yaitu suatu cara pengolahan data dengan jalan menyusun secara teratur dan sistematis serta mengklasifikasikan informasi yang satu dengan informasi yang lainnya. Kemudian melakukan perbandingan antara perhitungan berdasarkan menurut teori Full Costing dan perhitungan menurut perusahaan (Fitrah, 2018).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Harga Produk Pada Perusahaan

Bahan yang dapat membentuk seluruh bagian produk jadi keseluruhan disebut sebagai biaya bahan baku (Novitasari, 2020).

**Tabel 1. Daftar Biaya Bahan Baku Tahun 2019**

Bulan Pembelian	Biaya
Maret	Rp. 118.750.000
Juni	Rp. 118.750.000
September	Rp. 118.750.000
Desember	Rp. 118.750.000
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>	<b>Rp. 475.000.000</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa biaya yang dikeluarkan Wijaya Advertising Palu untuk pembelian bahan baku percetakan pada tahun 2019 sebesar Rp.475.000.000.

Vanderbeck (2005:15) menyatakan bahwa upah/gaji yang di keluarkan untuk para buruh/karyawan yang dapat dikategorikan kedalam suatu pekerjaan sehingga dapat menghasilkan barang jadi disebut sebagai biaya tenaga kerja langsung (Vanderbeck, 2005). Pada Wijaya Advertising Palu terdapat 13 orang tenaga kerja langsung. Bonus perminggu sebesar

Rp.2.700.000 dikali 4 minggu sebesar Rp. 10.800.000 setiap bulannya, dalam satu tahun dikalikan 12 bulan sebesar Rp. 64.800.000 setiap tahunnya. Bonus tersebut berbeda dengan gaji bulanan, pengeluaran gaji bulanan untuk 13 karyawan sebesar Rp. 13.900.000 setiap bulannya, dalam satu tahun dikalikan 12 bulan sebesar Rp. 166.800.000 setiap tahunnya. Maka jumlah biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp. 64.800.000 + Rp. 166.800.000 = Rp. 231.600.000.

Beban overhead pabrik adalah beban yang sangat mendasar sehingga tidak dapat dikatakan sebagai barang siap pakai,

sehingga dalam penggolongan beban periode (Komara & Sudarma, 2016).  
overhead ini bisa dilakukan pada saat akhir

**Tabel 2. Daftar Biaya Overhead Pabrik Tahun 2019**

Bulan Produksi	BOP Variable	BOP Tetap
Januari	Rp. 7.102.500	Rp. 1.588.250
Februari	Rp. 7.902.500	Rp. 1.588.250
Maret	Rp. 7.402.500	Rp. 1.588.250
April	Rp. 13.386.000	Rp. 1.588.250
Mei	Rp. 7.902.500	Rp. 1.588.250
Juni	Rp. 9.402.500	Rp. 1.588.250
Juli	Rp. 8.702.500	Rp. 1.588.250
Agustus	Rp. 14.446.000	Rp. 1.588.250
September	Rp. 8.102.500	Rp. 1.588.250
Oktober	Rp. 7.902.500	Rp. 1.588.250
November	Rp. 8.702.500	Rp. 1.588.250
Desember	Rp. 12.386.500	Rp. 1.588.250
<b>Total Biaya Bahan Overhead Pabrik</b>	<b>Rp. 113.341.000</b>	<b>Rp. 19.059.000</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

### Kalkulasi Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Perusahaan

Dalam melakukan sebuah penawaran perusahaan harus memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menentukan harga pokoknya (Toar et al., 2017). Jenis biaya di gunakan wijaya advertising yakni masih standar dan beban-beban aktual lainnya untuk menetapkan harga penawarannya masih standar. Harga bahan yang diperhitungkan pada saat pesanan berlaku di sebut sebagai beban aktual, sedangkan untuk eban-beban lainnya yang suda ada standarnya seperti, jumlah bahan baku dan para pekerja.

Wijaya advertising dalam memperhitungkan harga pokok produksinya ialah: Harga pokok per unit = Total biaya produksi Jumlah unit Jadi perhitungan untuk harga pokok per unit Banner/Spanduk yaitu:

- 1) Biaya bahan baku Rp. 475.000.000
  - 2) Biaya tenaga kerja langsung  
Rp. 231.600.000
  - 3) Biaya overhead pabrik Rp. 113.341.000
- Total biaya produksi = Rp. 844.961.000  
 Harga pokok per unit =  $\frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah unit}}$   
 = Rp.  $\frac{844.961.000}{33.565 \text{ lembar}}$   
 = Rp. 25.000

### Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Full Costing

Harga pokok merupakan harga yang dipakai dalam menetapkan penawaran haraga (Komara & Sudarma, 2016). Bentuk-bentuk beban yang seharusnya digunakan wijaya advertising menggunakan teori Full Costing adalah sebagai berikut: Biaya aktual yakni merupakan suatu harga yang diperhitungkan hanya pada saat terjadi pesanan, sedangkan untuk biaya standar lainnya seperti, bahan baku, pera pekerja dan beban-beban lainnya (Muniarti, 2014).

Berikut untuk perhitungan harga pokok produksi yang diterapkan oleh perusahaan yakni: Harga pokok per unit = Total biaya produksi Jumlah unit Jadi perhitungan untuk harga pokok per unit Banner/Spanduk yaitu:

- 1) Biaya bahan baku Rp. 475.000.000
  - 2) Biaya tenaga kerja langsung  
Rp. 231.600.000
  - 3) Biaya overhead pabrik Rp. 80.059.000
- Total biaya produksi = Rp. 900.000.000

Harga pokok per unit =  $\frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah unit}}$   
 = Rp.  $\frac{900.000.000}{33.565 \text{ lembar}}$   
 = Rp. 27.000

**Tabel 3. Perhitungan Harga Pokok Menurut Perusahaan Tahun 2019**

Keterangan	Perhitungan Harga Pokok Menurut Perusahaan	Perhitungan Harga Pokok Menurut <i>Full Costing</i>
Biaya Bahan Baku	Rp. 475.000.000	Rp. 475.000.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 231.600.000	Rp. 231.600.000
Biaya <i>Overhead Pabrik Variable</i>	Rp. 113.341.000	Rp. 113.341.000
Biaya <i>Overhead Pabrik Tetap</i>		
Total Biaya Produksi	Rp. 19.059.000	Rp. 80.059.000
Jumlah Produksi Cetak / tahun 2019	Rp. 844.961.000	Rp. 900.000.000
HPP Perlembar Cetak	33.565	33.565
	25.000	27.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan tabel 3 dapat disimpulkan bahwa jika dilihat dari rumus full costing terlihat jauh berbeda angka nominalnya dengan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan. Dapat diperhatikan perolehan hasil yang dihitung menggunakan rumus full costing, bahwa total biaya produksi wijaya advertising palu menggunakan rumus Full Costing adalah sebesar Rp.900.000.000 dengan menghasilkan 33.565 lembar dan di dapatkan harga pokok produksi lembar cetak spanduk sebesar Rp27.000 perlembar. Perbedaan Harga pokok produksi perusahaan dengan berdasarkan metode full costing dikarenakan tidak adanya biaya pemeliharaan mesin sehingga jumlah harga pokok perusahaan berdasarkan metode full costing lebih besar dibanding harga pokok perusahaan.

Berdasarkan tabel di atas maka, dapat diambil kesimpulan bahwa antara harga

pokok produksi perusahaan dibandingkan dengan harga pokok produksi berdasarkan metode full costing di mana harga pokok produksi menurut perusahaan yang ditetapkan sebesar Rp. 25.000 sedangkan harga pokok produksi berdasarkan metode full costing diperoleh sebesar Rp. 27.000 selisih yang diperoleh dari harga tersebut sebesar Rp. 2.000,- maka, dalam hal ini perusahaan akan mendapatkan keuntungan atau laba apabila perusahaan tersebut menggunakan metode full costing dalam menentukan harga atas pesanan.

Perhitungan Harga Pokok dengan Metode Harga Pokok Pesanan untuk Pesanan Nomor 499 pada tahun 2019.

#### Biaya Bahan Baku

Perhitungan biaya bahan baku yang dipakai dalam pembuatan pesanan nomor 499 tahun 2019 yakni:

**Tabel 4. Perhitungan Biaya Bahan Baku Tahun 2019**

No	Keterangan	Harga /Rol (Rp)	Kebutuhan	Jumlah (Rp)
1	<i>Flexi</i>	800.000	5 rol	4.000.000

Sumber : Percetakan Wijaya Advertising Palu

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa untuk beban produksi spanduk pada pesanan nomor 499 dengan jumlah sebesar Rp.4.000.000,-.

#### Biaya Tenaga Kerja

Pembayaran beban tenaga kerja langsung pada Wijaya Advertising Palu, pembayarannya di berikan tiap bulan. Biasanya untuk menyelesaikan suatu jenis

pesanan waktu yang dipakai tergantung dari tingkat kesulitan pesanan tersebut dan berdasarkan permintaan pemesan. Pesanan biasanya membutuhkan waktu 7 hari dalam pengerjaannya. Dan bayaran yang diberikan kepada karyawan yakni sebesar Rp.95.000,- per hari. Dalam satu hari membutuhkan 7 jam kerja, sehingga dapat di hitung upah per jam sebagai berikut : Upah Per jam = Rp. 95.000 : 7 Jam = Rp.13.571,-/jam.

**Tabel 5. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Tahun 2019**

No	Aktivitas	Jumlah Karyawan	Tarif/jam (Rp)	Jumlah Jam	Jumlah Biaya Karyawan
1	Percetakan	13	13.571	49	8.644.727

Sumber : Percetakan Wijaya Advertising Palu

### Biaya Overhead Pabrik

Biaya tidak langsung yang memiliki pengaruh dalam menentukan harga pokok produksi merupakan bagian dari biaya overhead pabrik. Biaya yang pengumpulan dan pembagiannya sulit untuk diidentifikasi pada barang dan biaya yang dikumpulkan nanti akan diketahui di akhir periode merupakan biaya overhead pabrik. Oleh sebab itu untuk menetapkan beban overhead dipakai bayaran beban overhead pabrik yang ditetapkan di awal, yakni dengan memakai biaya beban overhead pabrik di anggarkan

pada awal periode. Akan tetapi lain halnya dengan, Percetakan Wijaya Advertising Palu tidak memasukan biaya anggaran beban overhead di awal periode dan tidak memperhitungkan beban overheadnya secara terperinci untuk menghitung harga pokok produksinya. Ketentuan yang dipakai dalam menghitung beban overhead pabrik yakni beban overhead pabrik yang terjadi sebenarnya. Berikut biaya overhead pabrik yang sesungguhnya terjadi :

**Tabel 6. Biaya Overhead Pabrik Tahun 2019**

No.	Elemen Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Jumlah (Rp)
1	Biaya Penolong	399.000
2	Biaya listrik	400.000
3	Biaya Penyusutan Aktiva Tetap	6.273
5	Biaya Air	50.000
	<b>Total</b>	<b>856.272</b>

Sumber : Percetakan Wijaya Advertising Palu

Setelah dari keseluruhan jenis-jenis beban telah di ketahui, maka dari itu dapat

dapat menghitung harga pokok produksi pesanan nomor 499 tahun 2019 berikut ini:

**Tabel 7. Perhitungan Harga Pokok Produk Perusahaan Menggunakan Metode Harga Pokok Pesanan Tahun 2019**

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
	Biaya Produksi	
1	Estimasi Biaya Bahan Baku	5.200
2	Estimasi Biaya Tenaga KerjaLangsung	13.571
3	Estimasi Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	6.229
	Total Biaya Produksi	25.000
	<b>Marjin laba yang diharapkan</b>	<b>7.000 +</b>
	<b>Harga jual perlembar pesanan</b>	<b>32.000</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

**Tabel 8. Perhitungan Harga Pokok Perusahaan Untuk Menentukan Harga Jual Produk Tahun 2019**

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
	Biaya Produksi	
1	Estimasi Biaya Bahan Baku	5.200
2	Estimasi Biaya Tenaga KerjaLangsung	13.571
3	Estimasi Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	6.229
	Total Biaya Produksi	25.000
	<b>Marjin laba yang diharapkan</b>	<b>5.000 +</b>
	<b>Harga jual perlembar pesanan</b>	<b>30.000</b>

Dari tabel 7 dan 8 dapat dilihat bahwa harga pokok produksi per lembar spanduk dengan nomor pesanan 499 pada pesanan tahun 2019 sebesar Rp.32.000,-, sedangkan untuk perusahaan harga pokok yang ditetapkan sebesar Rp.30.000,-, sehingga terdapat selisih harga sebesar Rp.2.000,-, Artinya perbandingan antara harga jual perlembar pesanan berdasarkan teori pesanan (*job order costing*) adalah Rp. 32.000 sedangkan berdasarkan praktek dilapangan harga perlembar yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan sebesar Rp. 30.000. sesuai dengan harga pesanan No. 499 pada tahun 2019.

Dari perbandingan antara teori dan perusahaan maka langkah yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal yaitu dengan menggunakan metode *job order costing* untuk menetapkan harga pokok pesanan yang nantinya akan di order oleh pelanggan.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan jenis-jenis biaya produksi yang digunakan oleh Wijaya Advertising Palu berdasarkan ketentuan yang berlaku pada umumnya, yakni yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, beban tenaga kerja langsung, maupun beban overhead pabrik baik yang dibebankan oleh perusahaan maupun yang sesungguhnya terjadi. Kemudian dengan memakai *job order costing* sebagai pencatatan ternyata hasil yang didapatkan akan lebih baik, keuntungan yang diperoleh perusahaan akan lebih menguntungkan bagi perusahaan jika dibandingkan dengan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan sebelumnya, dimana dimana perusahaan tidak memperhitungkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan.

Rekomendasi saran kepada Perusahaan sebaiknya memasukan biaya-biaya, contoh beban penyusutan gedung, beban penyusutan peralatan dan mesin, sehingga pada saat menentukan biaya pokok produksinya lebih terarah, dengan demikian beban non produksiya maupun beban overheadnya tidak mengalami penurunan yang sangat rendah dan juga tidak mengalami kenaikan yang terlalu tinggi.

Selanjutnya dalam menentukan harga jual suatu barang, perusahaan sebaiknya memakai sistem *cost plus pricing* sebab dengan cara merupakan cara dalam menetapkan harga jual suatu barang sesuai dengan harga jual yang telah ditentukan oleh perusahaan yakni harus mampu menutupi semua beban-beban yang telah dipakai oleh perusahaan untuk memperoleh suatu barang. Sehingga demikian pada saat menentukan harga jual, perusahaan harus mampu memperkirakan berapa banya kerugian yang akan diperoleh pada saat barang tersebut dijual, dengan kata lain perusahaan harus menekan serendah mungkin kerugian-kerugian tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. F. R., & YOESTINI, Y. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Darise, T., Saerang, D. P. E., & Wangkar, A. (2016). Analisis Penerapan Variabel Costing Sebagai Alat Untuk Menghitung Harga Pokok Produksi Pada Aksan Bakery Di Manado. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 11(3).
- Dewa, M. K. (2010). *Mekanisme kerja divisi kreatifdi CV. Djongnesia Advertising*.
- Fitrah, M. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Hastuti, I. (2012). Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Alat Komunikasi Perusahaan Dengan Pihak Pemakai. *DutaCom*, 3.
- Komara, B., & Sudarma, A. (2016). Analisis penentuan harga pokok produksi dengan metode full costing sebagai dasar penetapan harga jual pada cv salwa meubel. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi (Jurnal Akuntansi, Pajak Dan Manajemen)*, 5(9), 18–29.
- Muniarti, E. (2014). ANALISIS BIAYA PRODUKSI DENGAN METODE FULL COSTING DAN VARIABLE COSTING UNTUK MENENTUKAN

- COST PRODUCTION PER UNIT PADA PERUSAHAAN BUSA JOK MOTOR “XPLOD”(STUDI KASUS). *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 9(02), 61–75.
- Novitasari, E. (2020). *Analisis Variance Bahan Baku Hubungannya dengan Penetapan Harga Pokok Produk di Egin Carz Surabaya*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- PARAMITHA, N. F. (2018). *STRATEGI PUBLIKASI KEPARIWISATAAN (STUDI KASUS OBYEK WISATA KENJERAN)*. UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945.
- Putri, A. C. P., Hidayat, E. S., Ak, M. S., Nailufarh, Q. A., & SE, M. E. I. (2016). *ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DALAM PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK PLASTIK (Studi Kasus Pada PT. Supra Aspindo Jaya)*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Soedibyo, B. R. A. M. (2013). *Family Business Responses to Future Competition*. Gramedia Pustaka Utama.
- Toar, O., Karamoy, H., & Wokas, H. (2017). Analisis perbandingan harga jual produk dengan menggunakan metode cost plus pricing dan mark up pricing pada dolphin donuts bakery. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Vanderbeck, F. (2005). Implementing mixed integer column generation. In *Column generation* (pp. 331–358). Springer.
- Yusnaini, Y., Dewi, K., Burhanudin, B., Hakiki, A., & Meirawati, E. (2020). Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Harga Pokok Produksi pada Badan Usaha Milik Desa di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(2), 63–68.