

EVALUASI HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING PENDEKATAN FULL COSTING PADA UMKM SAPUTRA SNACK DI KOTA BONTANG

Nita Wulandari

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara
Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda,
Email: nitaw0297@gmail.com

Abstract

This study aims to determine whether there is a difference in the calculation in determining the selling price between the UMKM Saputra Snack method with the cost plus pricing method with full costing approach and to know the selling price use the cost plus pricing method with full costing approach at the UMKM Saputra Snack can be able to competitive. The type of research is used quantitative. The research method used case study. The analysis technique used to calculation of the selling price using the cost plus pricing method with a full costing approach. The data used in this study are data on production costs and non-production costs during 2019. The results show that there are differences in setting the selling price because of the inaccuracy in treating cost components, namely the components of factory overhead costs such as equipment depreciation costs, production building depreciation, administrative costs, marketing costs in calculating the cost of goods manufactured which are used as the basis for determining the selling price. So that the calculation of the selling price with the cost plus pricing method, the full costing approach is greater than selling price of UMKM Saputra Snack. The results of the evaluation of the selling price of product using the cost plus pricing method of the full costing approach at UMKM Saputra Snack can still compete with similar products, because the selling price of similar products on the market is still high. Therefore, the results of the evaluation of the selling price of UMKM Saputra Snack's product are still reasonable and the selling price of the product can be increased so that it can increase the profit as expected.

Keywords: *Selling Price, Cost Plus Pricing Method, Full Costing.*

Pendahuluan

Kota Bontang merupakan salah satu kota yang berada di Kalimantan Timur, yang memiliki Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Jumlah pelaku usaha

sebesar 575 orang. Salah satu unit usaha di Kota Bontang didominasi oleh usaha milik perseorangan yang identik dengan UMKM. Mayoritas jenis usaha tersebut adalah usaha penyediaan akomodasi makan dan minum (Ridwan & Hatuwe, 2017). Jumlah usaha yang meningkat, sehingga menyebabkan persaingan dari pelaku usaha untuk mempertahankan usahanya. Potensi UMKM harus dikembangkan secara menyeluruh agar dapat bersaing. Hal tersebut menjadi tantangan bagi UMKM Saputra Snack agar dapat bersaing dan berkembang menghadapi persaingan yang ketat.

Pelaku UMKM dapat mengambil keputusan dalam menentukan harga jual produknya (Invado, 2018). Hal ini dilakukan agar UMKM mendapatkan keuntungan yang maksimal. Dengan memaksimalkan keuntungan yang ada, maka laba yang didapatkan sesuai. Salah satu cara dalam menentukan harga jual yang tepat dengan memperhitungkan harga pokok produksi dengan tepat dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Metode *full costing* merupakan metode penentuan harga jual produk dimana harga dihitung berdasarkan biaya produksi dan biaya penjualan serta tambahan mark up atau laba yang pantas (Nikmawati, 2019). Melalui metode ini, harga jual yang telah ditentukan akan mampu menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi serta menghasilkan pendapatan yang diinginkan.

UMKM Saputra Snack dengan nama *brand* "Pak Ucil" memproduksi Keripik Bawis. Usaha ini merupakan usaha olahan hasil laut. Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan pada Usaha Keripik Bawis dapat disimpulkan dari informasi yang diterima bahwa penentuan harga jual yang dilakukan hanya mengakumulasikan biaya produksi yang dikeluarkan ditambah presentase laba yang diharapkan dan terdapat Biaya *overhead* pabrik yang belum dimasukkan dalam perhitungan secara terperinci.

Pemilik usaha Saputra Snack berasumsi bahwa harga jual telah disesuaikan dengan harga jual yang ada di pasar sehingga pemilik usaha merasa sudah mampu bersaing dengan pemilik usaha lainnya. Namun melihat kondisi pasar saat ini, pemilik usaha Saputra Snack merasa tidak mampu memperhitungkan harga pokok produksi secara benar sehingga menyebabkan usaha sampai sekarang belum bisa mengetahui apakah harga jual keripik bawis yang telah ditetapkan sudah mampu menutupi biaya-biaya atau tidak. Berikut daftar nama *brand* produk dan perbandingan harga jual produk di Kota Bontang:

Tabel 1 Nama Brand Produk dan Harga Jual Keripik Bawis di Kota Bontang

Nama Usaha	Harga Jenis Kemasan	
	Kemasan Plastik Biasa	Kemasan Premium
Keripik Bawis "Pak Ucil"	Rp 14.000	Rp 16.000
Keripik Bawis "Habati"	Rp 18.000	Rp 20.000
Keripik Bawis "Abadi Rasa"	Rp 17.000	-
Keripik Bawis "Bonles Frozen Food"	-	Rp 20.000

sumber: Toko oleh-oleh Fara *Snack*, 2021

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa harga jual keripik bawis di Kota Bontang berbeda-beda tiap *brand* yang ada. Penentuan harga jual keripik bawis Saputra Snack *brand* “pak ucil” hendaknya dievaluasi dengan melihat persaingan harga jual di pasaran saat ini. Dengan mengevaluasi perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan perhitungan dalam menentukan harga jual antara metode UMKM Saputra Snack dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dan serta untuk mengetahui apakah perhitungan harga jual yang mampu bersaing dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* pada UMKM Saputra Snack.

Metode

Penelitian yang digunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan studi kasus. Dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian studi kasus dengan fokus terbatas pada objek yaitu UMKM Saputra Snack dengan memperoleh analisis data melalui informasi akuntansi biaya, yakni berupa biaya-biaya produksi (biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan Biaya *overhead* pabrik variabel dan tetap) dan biaya non produksi (biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum). Data tersebut kemudian digunakan untuk menghitung total harga pokok produksi serta menetapkan harga jual produk UMKM Saputra Snack melalui metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dapat dilakukan perhitungan dengan rumus :

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Dalam penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Penelitian ini mengevaluasi harga jual produk keripik ikan bawis pada UMKM Saputra Snack, sehingga populasi sekaligus sampel dalam penelitian ini UMKM Saputra Snack milik ibu Ninik dengan menggunakan data pemasukan dan pengeluaran biaya produksi keripik bawis pada usaha Saputra Snack tahun 2019. Adapun data yang digunakan data primer berupa data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan pemilik untuk mendapatkan data-data tentang gambaran umum perusahaan dan sejarah perusahaan, data yang diperoleh dari Disperindagkop dan menggunakan data sekunder berupa pencatatan laporan pemasukan dan pengeluaran biaya produksi keripik bawis UMKM Saputra Snack selama tahun 2019.

Hasil dan Pembahasan

UMKM Saputra Snack *brand* Pak Ucil didirikan di daerah Kota Bontang, Kalimantan Timur. UMKM Saputra Snack sudah berdiri sejak tahun 2011 sampai sekarang. UMKM ini bergerak dalam bidang pengolahan makanan hasil laut yakni ikan bawis yang diolah menjadi sebuah produk yaitu keripik bawis.

Jumlah produksi keripik bawis UMKM Saputra Snack selama tahun 2019 terbagi menjadi lima bagian berdasarkan varian rasa dan jenis kemasan. Varian

produk tersebut meliputi original, balado, jagung manis, jagung bakar, telur asin sedangkan untuk jenis kemasan terdapat dua jenis kemasan yaitu jenis kemasan plastik biasa dan jenis kemasan premium. Berikut tabel jumlah produksi tiap varian rasa keripik bawis UMKM Saputra Snack selama tahun 2019 adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Data Produksi keripik bawis tahun 2019

Jenis Kemasan	Varian Rasa	Total	Harga Jual Yang Berlaku Tahun 2019 (Rp)
Kemasan Plastik Biasa	Jagung bakar	1726 Kemasan	14.000,00
	Jagung manis	1745 Kemasan	14.000,00
	Balado	1778 Kemasan	14.000,00
	Original	1768 Kemasan	14.000,00
	Telur asin	286 Kemasan	14.000,00
Kemasan Premium	Jagung bakar	1913 Kemasan	16.000,00
	Jagung manis	1902 Kemasan	16.000,00
	Balado	1881 Kemasan	16.000,00
	Original	1830 Kemasan	16.000,00
	Telur asin	337 Kemasan	16.000,00
Jumlah		15166 Kemasan	

sumber: UMKM Saputra Snack, 2021

Dari tabel 2 diketahui bahwa total keseluruhan produksi keripik bawis pada tahun 2019 untuk tiap jenis kemasan dengan berbagai varian rasa produk sebanyak 15166 kemasan keripik bawis. Pada tabel ini merupakan rekap penjualan dengan menjumlah produksi setiap bulan dari Januari 2019 sampai dengan Desember 2019. UMKM Saputra Snack selama tahun 2019 menetapkan harga jual produk keripik bawis untuk jenis kemasan plastik biasa sebesar Rp 14.000,00 dan untuk harga produk keripik bawis jenis kemasan sebesar Rp 16.000,00 tiap masing-masing varian.

Biaya produksi keripik bawis yang dikeluarkan UMKM Saputra Snack selama tahun 2019 dapat dilihat pada tabel 3. Total harga pokok produksi keripik bawis yang dikeluarkan UMKM Saputra Snack selama tahun 2019 adalah sebesar Rp 167.693.937,30.

Tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi harga jual dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Maka yang dilakukan menghitung harga pokok produksi menurut pendekatan *full costing* dilakukan dengan cara menghitung biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* parik tetap dan variabel. Tabel 4 menunjukkan perhitungan harga pokok produksi keripik bawis dengan pendekatan *full costing*.

Tabel 3. Biaya Produksi Keripik Bawis Pada UMKM Saputra Snack

Keterangan		Total Biaya	
Biaya Produksi			
Biaya bahan baku		Rp	82.284.000,00
Biaya tenaga kerja langsung		Rp	24.000.000,00
Biaya overhead pabrik			
Biaya overhead pabrik variabel			
Biaya bahan penolong			
Biaya tenaga kerja tak langsung	Rp	13.050.000,00	
Bubuk rasa jagung bakar	Rp	2.506.000,00	
Bubuk rasa jagung manis	Rp	2.534.000,00	
Bubuk rasa balado	Rp	2.548.000,00	
Bubuk rasa telur asin	Rp	620.000,00	
Biaya bahan bakar gas LPG	Rp	6.540.000,00	
Biaya kemasan	Rp	23.029.000,00	
Biaya kresek	Rp	972.000,00	
Biaya listrik	Rp	3.250.775,40	
Biaya air	Rp	412.161,90	
Biaya bensin transportasi	Rp	1.351.000,00	
Biaya promosi	Rp	150.000,00	
Biaya ATK	Rp	3.187.000,00	
Biaya pulsa	Rp	1.260.000,00	
Total biaya <i>overhead</i> pabrik		Rp	61.409.937,30
Total Harga Pokok Produksi/Total Biaya Penuh		Rp	167.693.937,30

sumber: data diolah, 2021

Dari tabel 4 total harga pokok produksi pendekatan full costing yang dikeluarkan selama tahun 2019 sebesar Rp 178.876.437,30 dengan menghasilkan 15166 kemasan keripik bawis. Untuk memperoleh harga pokok produksi tiap jenis kemasan dan tiap varian rasa dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Alokasi biaya tiap rasa produk} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Total produk kemasan}} \times \text{Jumlah Produk Per Kemasan}$$

Dengan perhitungan tersebut, maka diketahui harga pokok produksi tiap varian rasa kemasan produk menurut UMKM Saputra *Snack* dan harga pokok produksi tiap kemasan produk menurut pendekatan *full costing*, dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 4. Perhitungan HPP Pendekatan *Full costing* UMKM Saputra Snack

Keterangan	Total Biaya
Biaya Produksi	
Biaya bahan baku	Rp 52.200.000,00
Biaya tenaga kerja langsung	Rp 24.000.000,00
Biaya overhead pabrik	
Biaya overhead pabrik variabel	
Biaya bahan penolong	Rp 30.084.000,00
Biaya tenaga kerja tak langsung	Rp 13.050.000,00
Biaya bubuk rasa	Rp 8.208.000,00
Biaya bahan bakar gas LPG	Rp 6.540.000,00
Biaya kemasan	Rp 23.029.000,00
Biaya kresek	Rp 972.000,00
Biaya Listrik	Rp 755.850,72
Biaya air	Rp 56.393,06
Total biaya overhead pabrik variabel	Rp 82.695.243,78
Biaya overhead pabrik tetap	
Biaya penyusutan peralatan produksi	Rp 6.932.500,00
Biaya penyusutan gedung produksi	Rp 2.500.000,00
Biaya listrik	Rp 2.494.924,68
Biaya air	Rp 355.768,84
Total biaya overhead pabrik tetap	Rp 12.283.193,52
Harga Pokok Produksi	Rp171.178.437,30
Biaya Non Produksi	
Biaya pemasaran	
Biaya bensin transportasi	Rp 1.351.000,00
Biaya promosi	Rp 150.000,00
Biaya penyusutan etalase	Rp 1.250.000,00
Total Biaya Pemasaran	Rp 2.751.000,00
Biaya administrasi & Umum	
Biaya ATK	Rp 3.187.000,00
Biaya pulsa	Rp 1.260.000,00
Biaya penyusutan mesin kasir	Rp 500.000,00
Total Biaya Administrasi & Umum	Rp 4.947.000,00
Total Biaya Non Produksi	Rp 7.698.000,00
Total Biaya Penuh	Rp178.876.437,30

sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5, hasil perhitungan alokasi harga pokok tiap varian produk keripik. Dengan hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa total harga pokok produksi menurut *full costing* lebih besar dibandingkan total harga pokok produksi menurut UMKM Saputra Snack. Terdapat perbedaan perlakuan biaya *overhead* pabrik yang tidak diperhitungkan dalam perhitungan

harga pokok produk menurut UMKM Saputra *Snack*. Biaya tersebut adalah biaya depresiasi peralatan, biaya depresiasi gedung produksi. Perhitungan dengan menggunakan metode *full costing* berguna bagi UMKM Saputra *Snack* dalam melakukan kegiatan produksi keripik bawis maupun menentukan harga jual yang akurat yang dapat menutupi semua biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi keripik bawis sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan UMKM Saputra *Snack*.

Tabel 5. Perbandingan Hasil Perhitungan Harga Pokok Produksi Tiap Varian Rasa Produk Keripik Bawis

Jenis Kemasan	Varian rasa	Total Harga Pokok Produksi Menurut UMKM (Rp)	Total Harga Pokok Produksi Menurut Pendekatan <i>Full Costing</i> (Rp)
Kemasan Plastik Biasa	Jagung Bakar	18.444.393,15	19.717.042,17
	Jagung Manis	18.658.192,38	19.944.850,86
	Balado	19.013.792,12	20.324.782,82
	Original	17.675.679,36	18.979.296,66
	Telur Asin	3.143.923,87	3.354.803,14
Kemasan Premium	Jagung Bakar	22.355.713,85	23.766.245,47
	Jagung Manis	22.238.895,07	23.641.315,95
	Balado	21.996.266,01	23.383.202,75
	Original	20.125.527,84	21.474.860,23
	Telur Asin	4.041.553,65	4.290.037,26
Total		167.693.937,30	178.876.437,30

sumber: data diolah, 2021

Perhitungan penetapan harga jual produk keripik bawis dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dapat dilihat pada tabel 6. Berdasarkan tabel 6, diketahui harga jual per kemasan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* diketahui dengan perhitungannya dapat dilihat sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual per unit} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba yang diinginkan} \times \text{Total biaya penuh})}{\text{Jumlah produk kemasan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 19.717.042,17 + (53\% \times \text{Rp } 19.717.042,17)}{1726} \\
 &= \frac{\text{Rp } 30.167.074,52}{1726} \\
 &= \text{Rp } 17.478,03 \text{ (Produk kemasan plastik biasa rasa jagung bakar)}
 \end{aligned}$$

Tabel 6. Perhitungan Harga Jual Produk Keripik Bawis Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing*

Jenis Kemasan	Varian Rasa	Jumlah Produksi	Total Biaya Penuh (Rp)	Total Harga Jual (Rp)	Harga Jual Per Kemasan (Rp)
Kemasan Plastik Biasa	Jagung Bakar	1726	19.717.042,17	30.167.074,52	17.478,03
	Jagung Manis	1745	19.944.850,86	30.515.621,81	17.487,46
	Balado	1778	20.324.782,82	31.096.917,71	17.489,83
	Original	1768	18.979.296,66	29.038.323,89	16.424,39
	Telur Asin	286	3.354.803,14	5.132.848,80	17.947,02
Kemasan Premium	Jagung Bakar	1913	23.766.245,47	36.362.355,56	19.008,03
	Jagung Manis	1902	23.641.315,95	36.171.213,40	19.017,46
	Balado	1881	23.383.202,75	35.776.300,20	19.019,83
	Original	1830	21.474.860,23	32.856.536,15	17.954,39
	Telur Asin	337	4.290.037,26	6.563.757,01	19.477,02
Jumlah		15166	178.876.437,30	273.680.949,07	18.045,69

sumber: data diolah, 2021

Tabel 7. Perbandingan harga jual

Jenis Kemasan	Varian Rasa	Harga Jual Menurut Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pendekatan <i>Full Costing</i> (Rp)	Harga Jual Yang Berlaku UMKM Saputra Snack (Rp)	Selisih (Rp)
Kemasan Plastik Biasa	Jagung Bakar	17.478,03	14.000,00	3.478,03
	Jagung Manis	17.487,46	14.000,00	3.487,46
	Balado	17.489,83	14.000,00	3.489,83
	Original	16.424,39	14.000,00	2.424,39
	Telur Asin	17.947,02	14.000,00	3.947,02
Kemasan Premium	Jagung Bakar	19.008,03	16.000,00	3.008,03
	Jagung Manis	19.017,46	16.000,00	3.017,46
	Balado	19.019,83	16.000,00	3.019,83
	Original	17.954,39	16.000,00	1.954,39
	Telur Asin	19.477,02	16.000,00	3.477,02

sumber: data diolah, 2021

Dilihat pada tabel 7 bahwa terdapat selisih harga jual yang diperhitungkan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dengan harga jual yang digunakan UMKM Saputra Snack selama tahun 2019. Hal ini dikarenakan pencapaian persentase laba di tahun 2019 yang terbentuk kurang dari persentase laba yang diinginkan pemilik yakni sebesar 53%. Sehingga terdapat selisih harga jual untuk kemasan produk plastik biasa sebesar Rp 3.478,03 untuk rasa jagung

bakar, sebesar Rp 3.487,46 untuk rasa jagung manis, sebesar Rp 3.489,83 untuk rasa balado, sebesar Rp 2.424,39 untuk rasa original, sebesar Rp 3.947,02 untuk telur asin. Sedangkan untuk jenis kemasan produk premium sebesar Rp 3.008,03 untuk jagung bakar, sebesar Rp 3.017,46 untuk jagung manis, sebesar Rp 3.019,83 untuk rasa balado, sebesar Rp 1.954,39 untuk rasa original, sebesar Rp 3.477,02 untuk rasa telur asin. Hasil selisih tersebut diperoleh dari pengurangan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dengan harga jual menurut UMKM Saputra Snack.

Tabel 2. Perbandingan Harga Jual Menurut Metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full costing* Dengan Harga Jual Pesaing Produk

Jenis Kemasan	Varian Rasa	Harga Jual Yang Berlaku UMKM Saputra Snack (Rp)	Harga Jual Menurut Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pendekatan <i>Full Costing</i> (Rp)	Harga Jual Pesaing (Rp)
Kemasan Plastik Biasa	Jagung Bakar	14.000,00	17.478,03	18.000,00
	Jagung Manis	14.000,00	17.487,46	18.000,00
	Balado	14.000,00	17.489,83	18.000,00
	Original	14.000,00	16.424,39	18.000,00
	Telur Asin	14.000,00	17.947,02	18.000,00
Kemasan Plastik Premium	Jagung Bakar	16.000,00	19.008,03	20.000,00
	Jagung Manis	16.000,00	19.017,46	20.000,00
	Balado	16.000,00	19.019,83	20.000,00
	Original	16.000,00	17.954,39	20.000,00
	Telur Asin	16.000,00	19.477,02	20.000,00

sumber: data diolah, 2021

Dilihat tabel 8 perbandingan metode penetapan harga jual dengan menggunakan *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dan metode harga jual yang ditetapkan UMKM Saputra Snack dapat diketahui bahwa kedua metode tersebut tetap menghasilkan laba walaupun presentase laba yang berbeda, apabila UMKM Saputra Snack menggunakan *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dalam menetapkan harga jual maka laba yang lebih tinggi akan memperoleh harga jual yang tinggi, namun bila UMKM Saputra Snack tetap menggunakan harga jual yang diterapkan 2019 maka harga jual lebih rendah dan laba yang diperoleh lebih sedikit. Dengan demikian penetapan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* menghasilkan harga jual yang

masih dapat bersaing dengan produk sejenis, karena harga jual produk yang sejenis di pasaran masih tinggi.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UMKM Saputra Snack, dapat disimpulkan bahwa hasil evaluasi perhitungan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* lebih besar daripada perhitungan yang dilakukan UMKM Saputra Snack. Dengan perhitungan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* pada UMKM Saputra menunjukkan harga jual masih berada diantara harga pesaing, karena harga jual produk yang sejenis di pasaran masih tinggi. Dengan demikian UMKM Saputra Snack dapat menggunakan perhitungan harga jual metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menetapkan harga jual pada produk keripik bawis jika ingin mendapatkan keuntungan yang diharapkan, karena dengan harga jual yang digunakan pemilik UMKM saat ini tidak dapat mencapai laba yang diharapkan sehingga dengan *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dapat dijadikan pertimbangan pemilik UMKM Saputra Snack untuk memperhitungkan kembali dalam menetapkan harga jual produk dengan memperhatikan harga pesaing yaitu pada keripik bawis “Habati”, keripik bawis “Abadi Rasa” dan keripik bawis “Bonles Frozen Food” agar produk keripik bawis “Pak Ucil” dapat bertahan dan mampu bersaing di pangsa pasar. Selain itu juga harus tetap menjaga kualitas produk keripik bawis yang dihasilkan.

Daftar Pustaka

- Invado, A. (2018). *Implementasi metode job order costing pada harga jual di Batik Celaket Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Nikmawati, N. M. (2019). PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL MELALUI METODE COST PLUS PRICING DENGAN PENDEKATAN FULL COSTING PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH LUMINTU LESTARI KEDIRI.
- Ridwan, M., & Hatuwe, M. (2017). Pembinaan Industri Kecil dan Menengah Pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Bontang. *Jurnal Administrative Reform*, 2(2), 187-199.