

ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL DITINJAU DARI HARGA POKOK PRODUKSI PADA PERUSAHAAN ALIFF CATERING

Abdul Rokhman Efendi

Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra, Surabaya
E-mail: arokhman@student.ciputra.ac.id

Abstract: The background of this study was the loss suffered by Aliff Catering between 2015 and 2016. One of the causes of the loss was because the company determined their production and raw material costs using assumptions. Hence, the purpose of this study is to determine the right pricing strategy for the company. This research is a descriptive qualitative research with semi-structured interview and observation as data collection methods. Purposive sampling is used to select the research subjects, which consist of two owners of similar business and a culinary expert. The objects of this study involve determining the production cost and selling price for Aliff Catering's rice box. Research results suggest that variable-based pricing should be used to determine the production cost, while competition-based pricing is used to determine the selling price of Aliff Catering's rice box.

Keywords: Competition-based pricing, Production cost, Selling price, Variable-based pricing

Abstrak: Latar belakang utama penelitian ini adalah adanya kerugian yang dialami oleh Aliff Catering periode 2015 – 2016. Masalah yang ada pada aliff catering adalah penetapan harga pokok produksi dan bahan baku yang hanya menggunakan perhitungan dan penetapan harga berdasarkan pada asumsi, oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan cara dan metode penetapan harga pokok produksi serta harga jual yang tepat. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Proses pengambilan data pada penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur dan observasi. Metode penentuan subjek penelitian ini menggunakan purposive sampling yang terdiri atas dua pemilik bisnis sejenis dan satu ahli di bidang kuliner. Objek dari penelitian ini adalah penetapan harga pokok produksi dan harga jual pada nasi kotak Aliff Catering. Penelitian ini bertujuan mendapatkan metode penetapan harga pokok produksi dan harga jual terhadap produk nasi kotak Aliff Catering. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa metode penetapan harga pokok produksi yang digunakan adalah variable costing dan metode yang digunakan untuk harga jual nasi kotak Aliff Catering adalah competitive based pricing.

Kata kunci: Competitive Based Pricing, Harga Jual, Harga Pokok produksi, Variable Costing

PENDAHULUAN

Melihat dari data kenaikan industri makanan tiap tahunnya Aliff Catering memiliki peluang untuk membuka bisnis di bidang makanan dan minuman. Setelah berdiskusi dengan tim akhirnya dipilih catering nasi kotak sebagai bisnis yang akan dijalankan, hal ini disebabkan dari salah satu anggota Aliff Catering keluarganya sudah ada yang pernah menjalankan bisnis ini dan peralatan yang digunakan masih ada sehingga Aliff Catering dapat memanfaatkan peralatan tersebut. Aliff Catering menawarkan nasi kotak dengan menu makanan khas rumahan jawa dengan standart dan mutu yang berkualitas. Diawal tahun terbentuknya perusahaan Aliff Catering mendapatkan cukup banyak order nasi kotak baik dari event maupun harian. Setelah setahun berjalan Aliff Catering mulai mengalami permasalahan dimana jumlah order tidak dapat menutupi beban yang dikeluarkan. Hal ini disebabkan saat awal menetapkan harga pokok produksi dan juga harga jual, Aliff Catering tidak memperhitungkan fluktuasi harga bahan baku yang naik turun disebabkan musim yang berganti. Aliff Catering juga tidak melakukan perincian biaya dan juga beban yang ada sehingga terjadilah kerugian pada perusahaan akibat dari keuntungan yang tidak bisa menutupi beban yang dikeluarkan Aliff Catering.

Dari permasalahan tersebut peneliti akan melakukan penelitian terhadap harga pokok produksi dan harga jual yang ada pada produk nasi kotak Aliff Catering guna mendapatkan metode penetapan harga jual dan harga pokok produksi yang tepat untuk produk nasi kotak Aliff Catering, nantinya metode tersebut dapat membantu aliff catering dalam melakukan penetapan harga pokok produksi dan harga jual yang tepat.

LANDASAN TEORI

Harga

Menurut Kotler & Amstrong (2014:312), harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga juga merupakan keseluruhan nilai yang dibayarkan oleh konsumen guna mendapatkan *value* dari produk atau jasa yang diinginkan.

Penetapan Harga Jual

Menurut Tjiptono (2008:152) didalam Harahap(2015:231), terdapat 3 metode penetapan harga jual yaitu:

1. *Cost Based pricing*

Pada metode *Cost Based Pricing*, data akuntansi adalah hal yang paling mempengaruhi dikeputusan penetapan harga, dengan tujuan mendapatkan laba tertentu dari biaya yang telah dikeluarkan. Kelemahan dari *cost based pricing* adalah mengabaikan aspek yang berkaitan dengan permintaan dan persaingan.

2. *Competitive Based Pricing*

Pendekatan ini menggunakan penetapan harga pada tingkat yang kompetitif yaitu dengan mengamati terlebih dahulu harga produk pesaing yang ada sebelum menetapkan harga produk. Keuntungan dari pendekatan ini adalah bahwa aspek yang berkaitan dengan fungsi permintaan diabaikan.

3. *Value Based Pricing*

Pendekatan ini menggunakan data tentang nilai produk yang disarankan pelanggan sebagai faktor utama untuk menentukan harga jual. Nilai yang ditawarkan pada pelanggan aktual dan potensial adalah pendorong utama dalam menerapkan harga. Hal ini didorong oleh pemahaman pelanggan tentang kebutuhan yang diperlukan dan kesediaan pelanggan untuk membayar.

Penetapan Harga Pokok Produksi

Untuk menetapkan harga pokok produksi menurut Mulyadi (2015: 17) dalam Wauran (2016), metode penentuan biaya produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam biaya produksi. Menurut Halim (2013:47) dalam Pricilia *et al* (2014:1077), metode perhitungan harga pokok produksi adalah dengan menggabungkan seluruh unsur biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik) baik yang bersifat variabel dan tetap kepada produk atau jasa. Terdapat dua pendekatan dalam menghitung harga pokok produksi yaitu :

1. Metode *Full Costing*

full costing adalah metode penetapan harga pokok produksi dengan menghitung semua unsur biaya produksi, yang terdiri dari (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik variabel maupun tetap) serta ditambah dengan biaya non produksi yang terdiri dari (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

2. Metode *Variable Costing*

variable costing adalah metode penetapan harga pokok produksi dengan hanya memperhitungkan biaya-biaya variabel produksi saja ke dalam harga pokok produk. Metode *variable costing* Ini dikenal dengan nama *direct costing*.

Konsep Biaya

Biaya adalah nilai kas atau ekuivalen kas yang dikeluarkan guna mendapatkan barang atau jasa yang diperlukan, dengan tujuan memberikan manfaat bagi organisasi. Dari penjelasan tersebut, menurut Firmansyah (2014: 25) di dalam Wauran (2016:654) unsur – unsur biaya dibagi sebagai berikut :

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
2. Biaya dapat diukur dengan satuan rupiah
3. Biaya merupakan pengorbanan yang telah terjadi atau akan terjadi
4. Biaya merupakan pengorbanan yang mempunyai tujuan

Jenis – Jenis Biaya

Menurut Sujarweni (2015:11), biaya dapat diklasifikasikan menjadi 2 yaitu berdasarkan pengelompokan biaya dan berdasarkan perilaku biaya:

1. Berdasarkan pengelompokan biaya
 1. Biaya bahan baku (*raw material cost*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan bahan yang digunakan untuk memproduksi suatu barang.
 2. Biaya tenaga kerja adalah biaya atau imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada pekerja dengan nilai yang sesuai dengan perjanjian.
 3. Biaya *overhead* pabrik adalah biaya yang dikeluarkan selain biaya bahan baku dan biaya langsung, seperti : tenaga kerja tidak langsung.
 4. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar keperluan pemasaran guna mendapatkan permintaan barang yang sesuai dengan apa yang diinginkan, contoh: biaya iklan dan biaya pengiriman.
 5. Biaya administrasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk pengkoordinasian dan pengendalian kegiatan pemasaran serta produksi. Contoh: gaji akuntan.
2. Berdasarkan perilaku biaya
 1. Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya berubah – ubah mengikuti volume produksi / penjualan
Contoh: biaya bahan baku
 2. Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah walaupun jumlah produksi berubah dalam kapasitas normal
Contoh: biaya pembelian mesin

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2016:1), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dan peneliti sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, objek yang diteliti dalam metode kualitatif adalah objek yang natural. Metode penelitian kualitatif yang digunakan oleh peneliti adalah metode studi kasus. Menurut Bogdan & Biklen dalam Rulam (2016:69), studi kasus adalah suatu kajian yang rinci tentang satu latar, atau subjek tunggal, atau suatu tempat penyimpanan dokumen, atau suatu peristiwa tertentu.

Subjek Penelitian

Dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dimana sampel sebagai sumber data, diambil melalui pertimbangan hal - hal tertentu. Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan pada penelitian ini, maka subjek dalam penelitian ini adalah pelaku bisnis sejenis dan juga pakar di bidang *food and beverage*

Tabel 1. Profil Informan

Nama	Inisial	Keterangan	Lampiran
Edwin Erfanto	E	Dosen Culinary Business	G

Aunur Rofiq	A	Cucu Pemilik Usaha	E
Lika	LK	Anak pemilik usaha	F

Sumber: Data diolah (2017)

Metode Pengumpulan Data

Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi terus terang, menurut Sugiyono (2016:66) dimana peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan secara terus terang kepada narasumber bahwa peneliti sedang melakukan penelitian, sehingga narasumber mengetahui motif observasi sejak awal.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur dimana dalam pelaksanaannya wawancara model ini lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Menurut Sugiyono (2016:73), tujuan dari wawancara semi terstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dimana narasumber dimintai ide dan pendapat.

Dokumentasi adalah catatan dari peristiwa yang sudah lalu atau lampau. Menurut Sugiyono (2016:82), bentuk – bentuk dokumentasi terdiri dari tulisan, gambar dan karya karya dari seseorang. Kegunaan dari dokumentasi adalah sebagai bukti dari kredibilitas data yang disajikan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Harga Pokok Produksi

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap informan pelaku bisnis dan juga pakar dibidang makanan yang telah berkecimpung di dunia *food and baverage* lebih dari 5 tahun ditemukan bahwa penetapan harga pokok produksi yang sesuai untuk produk nasi kotak adalah *variable costing*. Menurut peneliti hal ini dapat diterapkan di Perusahaan Aliff Catering dimana *variable costing* hanya membebankan bahan baku saja kedalam harga pokok produksi. Menurut Sujarweni (2015:151), metode *variabel costing* adalah metode yang sesuai untuk perencanaan dan pengambilan keputusan jangka pendek, hal ini sejalan dengan tujuan penelitian ini agar secepatnya dapat melakukan penjualan nasi kotak kembali.

Menurut Samryn (2015) pendekatan *variabel costing* atau juga dikenal dengan *direct costing approach* dalam pendekatan ini hanya biaya produksi yang berubah sejalan dengan perubahan *output* yang diperlukan sebagai elemen dalam harga pokok produksi. Hasil observasi menunjukkan bahwa biaya tenaga kerja langsung dan kurir tidak perlu dimasukkan ke dalam harga pokok produksi.

Disebabkan pengupahan untuk tenaga kerja langsung sangat ambigu dimana untuk pembuatan 20 – 50 box nasi kotak upah yang ditagihkan sama yaitu Rp 70.000, sehingga apabila dimasukkan ke dalam harga pokok produksi akan menimbulkan kesulitan dalam penetapan harga pokok produksi dan nantinya akan menimbulkan ketidakpastian pelaporan keuangan pada buku besar dan harga pokok produksi. Dalam hal pengupahan tenaga kerja, bisnis sejenis melakukan pengupahan dengan gaji tetap dan dibayarkan di akhir bulan, hal ini tidak diterapkan pada Perusahaan Aliff Catering dikarenakan Aliff Catering pernah melakukan cara tersebut dan gagal karena jumlah order Aliff Catering yang masih belum stabil, sehingga pengupahan yang dilakukan Aliff Catering nantinya akan berdasarkan order yang diterima. Dari hasil di atas dapat ditarik simpulan bahwa metode penetapan harga pokok produksi yang sesuai untuk Aliff Catering adalah *variable costing*.

Harga Jual

Menurut Abadi, (2016) metode perhitungan *competitive based pricing* dilakukan dengan menganalisis biaya produksi terlebih dahulu lalu membandingkan dengan harga jual kompetitor. Biasanya penetapan harga jual ini digunakan pada produk yang tingkat konsumsinya tinggi.

Tabel 2. Hasil Observasi Pesaing Aliff Catering

	Minimal Pemesanan	Harga	Menu	Pengantaran
Raja Rasa	30 box	Rp 25.000	Nasi Putih, Empal Suwir, Orek Tempe, Telur Bumbu, Sayur, Krupuk & Buah Potong	Minima order 30 box mendapatkan gratis pengiriman
Catering Melati	25 box	Rp 28.000	Nasi Putih, Ayam Bumbu Bali, Orek Tempe, Perkedel Ketang, Urap – urap, Kerupuk dan Buah Potong	Minimal order 500rb mendapatkan gratis pengiriman
Dapur Wangi	25 box	Rp 30.000	Nasi Putih, Ayam Bakar Kampung, Telur Bali ¼, Sambal Goreng Kentang, Kerupuk Udang & Buah	Gratis ongkos kirim tergantung jarak pengiriman
Aliff Catering	20 box	Rp 27.000	Nasi Putih, Ayam Goreng, Telur Balado, Mie Kuning, Orek Tempe & Buah Jeruk	Gratis pengiriman wilayah surabaya

Data pada table 2 didapatkan dari hasil observasi peneliti. Aliff Catering memiliki keunggulan pada minimal order nasi kotak, dimana minimal order yang ditetapkan Aliff Catering adalah 20 box lebih sedikit dari bisnis sejenis dan jumlah tersebut sudah termasuk dengan ongkos kirim. Minimal order 20 box dengan gratis ongkos kirim dirasa sangatlah menjual karena tidak semua orang ingin melakukan order dengan jumlah yang banyak. Menurut Kertajaya (2013:221), pendekatan penetapan harga jual berdasarkan persaingan harga dibagi menjadi tiga yaitu: sama dengan produk pesaing, lebih tinggi dari produk pesaing, dan lebih rendah dari produk pesaing. Harga pesaing terdapat berbagai macam harga jual, oleh sebab itu peneliti mengambil keputusan untuk menetapkan harga jual pada *range* harga – harga pesaing. Cara yang peneliti lakukan adalah dengan menghitung rata - rata harga dari beberapa pesaing, sehingga terbentuk harga jual sebesar Rp 27.700 selanjutnya dilakukan pembulatan ke bawah menjadi Rp 27.000 dikarenakan harga tersebut masih berada di antara harga tertinggi dan terendah dari pesaing.

Cost Based Pricing adalah penetapan harga yang didasari oleh persentase keuntungan yang diharapkan dengan mengesampingkan permintaan dan persaingan.

Harga Jual	$ \begin{aligned} &= \text{Biaya Produksi} + \text{Mark up} \\ &= \text{Biaya produksi} + (\text{Biaya Produksi} + 50\%) \\ &= \text{Rp } 15.181 + (\text{Rp } 15.181 \times 50\%) \\ &= \text{Rp } 22.771,5 \end{aligned} $
------------	---

Harga pokok produksi menggunakan metode *variable cost* dengan biaya sebesar Rp 15.181. Selanjutnya keuntungan yang diharapkan 50% dari harga pokok produksi yaitu sebesar Rp 7.590,5. Dasar penetapan keuntungan 50% dari harga pokok produksi ini didapat dari salah satu informan yang mengatakan keuntungan minimal untuk produk makanan adalah 50%.

“...*jasa ketring minimal 50% lah...*” (A,E-3,37)

Oleh karena itu, harga jual yang didapat dengan metode *cost based pricing* adalah Rp 22.771,5.

Dari hasil perhitungan harga jual yang telah dilakukan terhadap dua metode yang berbeda didapat hasil seerti berikut:

Tabel 3. Perbandingan Hasil Perhitungan

	Competitive Based Pricing	Cost Based Pricing
Harga Jual	Rp 27.000	Rp 22.772,5
Harga Pokok Produksi	Rp 15.181	Rp 15.181
Laba Kotor	Rp 11.818	Rp 7.590,5

Dapat dilihat pada table 3 bahwa keuntungan yang didapatkan dengan metode *cost based pricing* lebih rendah daripada *competitive based pricing* hal ini disebabkan apabila menggunakan penetapan harga jual dengan metode *cost based pricing* hanya berfokus pada berapa persen keuntungan yang diharapkan saja tanpa melihat harga dari pesaing terlebih dahulu. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap informan pelaku bisnis dan pakar di bidang makanan serta melakukan perhitungan harga jual dengan metode yang berbeda didapatkan kesimpulan bahwa penetapan harga jual yang sesuai untuk produk nasi kotak adalah *competitive based pricing*. Menurut Tjiptono (2008:152), *competitive based pricing* adalah penetapan harga jual yang didasari pada hasil analisis harga produk sejenis di pasaran. Biasanya penetapan harga jual ini digunakan pada produk yang tingkat konsumsinya tinggi. Hal tersebut sesuai untuk diterapkan didalam penetapan harga jual produk nasi kotak aliff catering.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis strategi penetapan harga jual dan harga pokok produksi yang sesuai untuk perusahaan Aliff Catering. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis penetapan harga pokok produksi perusahaan Aliff Catering belum melakukan penetapan harga pokok produksi dengan perhitungan yang benar dimana biaya – biaya yang digunakan hanya dihitung berdasarkan asumsi saja. Oleh karena itu penetapan harga pokok produksi pada perusahaan Aliff Catering harus dibenahi dengan melakukan pencatatan secara detail apa saja biaya dan bahan baku yang digunakan agar mendapatkan harga pokok produksi yang sesuai.
2. Berdasarkan analisis penetapan harga jual perusahaan Aliff Catering, dijelaskan bahwa penetapan harga jual produk tidak memiliki dasar perhitungan yang benar sehingga harga jual produk terlalu renda terlalu rendah. Hal ini menyebabkan terjadinya kerugian. Oleh karena itu Aliff Catering harus mengganti metode penetapan harga jual dengan *competitive based pricing* agar mendapatkan harga jual yang bersaing dan keuntungan yang sesuai harapan.

Keterbatasan dan Saran

Saran

Perusahaan disarankan untuk melakukan perhitungan biaya bahan baku, biaya bahan baku penolong, tenaga kerja lasung dan overhead secara detail, agar terjadi kejelasan berapa biaya yang dikeluarkan untuk satu buah produk dan nantinya akan memudahkan dalam penetapan harga pokok produksi produk nasi kotak Aliff Catering. Selain itu Aliff Catering juga harus terus berusaha mencari supplier yang menawarkan harga lebih murah dengan kualitas yang baik agar dapat menekan atau mengurangi harga pokok produksi yang ada.

Untuk penetapan harga jual Aliff Catering, harus terus melihat berapa harga jual yang ditetapkan oleh kompetitor karena apabila tidak melakukan hal tersebut ditakutkan harga jual yang ditetapkan Aliff Catering terlalu rendah atau terlalu tinggi sehingga menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Keterbatasan

Keterbatasan pada penelitian ini adalah jumlah informan yang mau melakukan wawancara sangat sedikit selain itu informan yang menerima permintaan wawancara dirasa masih kurang terbuka terhadap jawaban dari pertanyaan – pertanyaan yang diberikan hal ini disebabkan oleh topik yang di bahas cukup sensitif yaitu masalah keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, L. Y. (2016, april). Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis Gourmet Land Cafe. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1, 112 - 117.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia.
- Firmansyah. (2014). *Akuntansi Biaya itu Gampang* (1 ed.). Jakarta: Dunia Cerdas.
- Halim, A., & Supomo, B. (2013). *Akuntansi Manajerial* (2 ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usus (PAJUS) Medan. *juurnal keuangan dan bisnis*, 231.
- Ingenbleek, P. T. (2015). Price strategies for sustainable. *British Food Journa*, 117, 915-928.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip - prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip - prinsip Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Lasut, T. (2015, Maret). Analisis Biaya Produksi Dalam Rangka Penentuan Harga Jual Makanan Pada Rumah Makan Ragey Poppy di Tomohon. *Jurnal EMBA*, 3, 43 - 51.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya* (5 ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Pricilia. (2014, juni). Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual pada UD. Martabak Mas Narto di Manado. *Jurnal EMBA*, 2, 1077 - 1088.
- Rachman, N. (2016). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Percetakan Sablon dengan Menggunakan Metode Full Costing pada CV. Atr Borneo Mandiri di Balikpapan. *Administrasi Bisnis*, 4, 826 - 840.
- Rantung, V. (2015). Analisis Perhitungan Harga Jual dengan Metode Variabel Costing dan Activity Based Costing pada PT. Massindo Sinar Pratama Industri. *Jurnal EMBA*, 3, 1341 - 1348.
- Setiadi, P. (2014, Mei). Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual pada CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 14, 70 - 81.
- Sugiyono. (2016). *cara mudah menyususn: skripsi, tesis dan disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Suyanto. (2015, Desember). Entrepreneurial Orientation and Social Capital In Pricing Strategy: A Case Of Small Enterprises In East Java. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18, 1 - 22.
- Wauran, D. (2016). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produk dan Penerapan Cost Plus Pricing Method Dalam Rangka Penetapan Harga Jual pada Rumah Makan Soto Rusuk KO' PETRUS Cabang Megamas. *Jurnal EMBA*, 4, 652 - 661.