JURNAL

PENDEKATAN *COST-PLUS PRICING* DALAM PENENTUAN HARGA JUAL ROTI PADA UD GANYSHA KEDIRI 2016

Oleh:

DWI RATNA NURPITASARI

13.1.02.01.0046

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Subagyo, M.M.**
2. **Erna Puspita, M.Ak.**

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2017

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Dwi Ratna Nurpitasari
NPM	: 13.1.02.01.0046
Telepun/HP	: 089679408041
Alamat Surel (Email)	: dwiratna046@gmail.com
Judul Artikel	: Pendekatan *Cost-Plus Pricing* Dalam Penentuan Harga Jual Roti Pada UD Ganysha Kediri 2016
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi-Akuntansi
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. K.H. Ahmad Dahlan No. 76 Mojoroto Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, Juli 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Subagyo, M.M. NIDN. 0717066601	Erna Puspita, M.Ak. NIDN. 0711128803	Dwi Ratna Nurpitasari NPM. 13.1.02.01.0046

Dwi Ratna Nurpitasari| 13.1.02.01.0046 **simki.unpkediri.ac.id**
Fakultas Ekonomi - Akuntansi **|| 1||**

PENDEKATAN *COST-PLUS PRICING* DALAM PENENTUAN HARGA JUAL ROTI PADA UD GANYSHA KEDIRI 2016

Dwi Ratna Nurpitasari
13.1.02.01.0046
Fakultas Ekonomi - Akuntansi
dwiratna046@gmail.com
Dr. Subagyo, M.M. dan Erna Puspita, M.Ak.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Dwi Ratna Nurpitasari: Pendekatan *Cost-Plus Pricing* dalam Penentuan Harga Jual Roti pada UD. Ganysha Kediri 2016, Skripsi, Akuntansi, FE UN PGRI Kediri, 2017.

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa penentuan harga jual produk merupakan salah satu keputusan manajemen untuk menambah keuntungan perusahaan. Penentuan harga jual tidak didasarkan pada perkiraan saja, tetapi dengan metode yang tepat. *Cost-plus pricing* merupakan salah satu metode dalam penentuan harga jual. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan dan menganalisis harga jual produk roti dengan metode *cost-plus pricing* pada UD. Ganysha Kediri.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan teknik penelitian deskriptif. Subyek dari penelitian ini adalah UD. Ganysha Kediri dan obyek yang diperoleh adalah biaya produksi dan data penjualan. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah perhitungan harga pokok produksi dengan *variable costing* dan penentuan harga jual metode *cost-plus pricing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat selisih antara harga jual UD. Ganysha Kediri dengan harga jual *cost-plus pricing* pendekatan variable costing. Harga jual dengan *cost-plus pricing* lebih tinggi daripada harga jual perusahaan sehingga dapat memaksimalkan laba perusahaan dengan menambah laba yang dikehendaki.

KATA KUNCI : Metode *cost-plus pricing*, harga jual

I. LATAR BELAKANG

Perusahaan adalah suatu organisasi yang bertujuan menghasilkan laba atau keuntungan. Laba dapat digunakan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, bahkan dapat membuat usahanya lebih maju dan berkembang. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas dengan harga yang dapat dijangkau konsumen, sehingga perusahaan memerlukan informasi mengenai jumlah biaya yang digunakan dalam menghasilkan produk tersebut, dan sekaligus dapat menghitung serta menentukan harga pokok produksi pada produk yang dihasilkan.

Dengan adanya sistem informasi akuntansi biaya, maka manajemen dapat memperoleh informasi mengenai biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk tujuan pengambilan keputusan dan memecahkan berbagai masalah yang dihadapi. Selain itu, terdapat beberapa cara yang biasa dilakukan perusahaan untuk meningkatkan laba yaitu meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya, dan menggunakan aset-aset perusahaan secara lebih baik.

Salah satu keputusan sulit yang dihadapi suatu perusahaan adalah meningkatkan pendapatan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menjual lebih banyak produk, untuk itu perusahaan harus memaksimalkan harga jual dengan harga pasar. Penetapan harga jual perusahaan berdasarkan biaya-biaya, persaingan, permintaan, dan laba yang diperoleh. Setiap perusahaan menyesuaikan dengan kondisi dari faktor-faktor yang berbeda sesuai dengan sifat produk, pasar dan tujuan perusahaan itu sendiri.

Penentuan harga jual produk merupakan salah satu keputusan manajemen sebagai usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan serta menambah keuntungan perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual. Faktor-faktor tersebut berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan, diantaranya adalah permintaan dan penawaran, biaya, keadaan ekonomi, dan lain-lain. Penentuan harga jual tidak didasarkan pada perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang akurat dan teliti. Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan dapat menghasilkan laba yang diinginkan. Faktor biaya merupakan faktor yang utama dalam menentukan harga jual, karena biaya menggambarkan batas minimum yang harus dipenuhi perusahaan agar tidak mengalami kerugian.

Gitosudarmo (2012:272) menyatakan harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Tujuan penetapan harga ada bermacam-macam yaitu, mencapai target pengembalian investasi atau tingkat penjualan neto suatu perusahaan, memaksimalkan profit, alat persaingan terutama untuk perusahaan sejenis, menyeimbangkan harga itu sendiri dan sebagai penentu *market share*, karena dengan harga tertentu dapat diperkirakan kenaikan atau penurunan penjualannya.

Beberapa faktor penentu harga yang perlu dipertimbangkan dalam tujuan penetapan harga yaitu, mengenal permintaan produk dan persaingan, target pasar yang hendak diraih atau dilayani, *marketing mix* strategi, produk baru, reaksi pesaing, dan biaya produk serta perilaku biaya.

Gitosudarmo (2012:268) menyatakan penentuan harga jual haruslah dipikirkan baik-baik dan dalam hal ini terdapat beberapa dasar penetapan harga yaitu biaya, konsumen dan persaingan. Pendekatan yang sering digunakan adalah biaya, karena dalam dasar biaya ini harga diperhitungkan dengan melihat variabel biaya sebagai penentu utama. Dalam hal ini biaya produksi, biaya penjualan, biaya tetap, biaya variabel dan sebagainya dihitung terlebih dahulu baru ditetapkan harga yang diperlukan. Pada pendekatan biaya ini ada dua metode yang dapat digunakan yaitu, *cost-plus* dan *mark-up pricing*, serta *break even analisys* dan *target pricing*.

Cost-plus pricing merupakan salah satu metode yang digunakan dalam penentuan harga suatu produk yang akan dijual. Menurut Garrison dkk (2013:544), *cost-plus pricing* adalah suatu metode penentuan harga di mana *markup* yang sudah ditentukan sebelumnya diterapkan untuk suatu dasar harga untuk menentukan harga jual target. Dalam metode *cost-plus pricing* terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*. Mulyadi (2014:17) menyatakan terdapat dua pendekatan dalam penentuan harga pokok produksi, yaitu pendekatan *full costing* dan pendekatan *variable costing*. Dalam metode *full costing* biaya produksi yang diperhitungkan dalam penentuan harga pokok produksi adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku tetap dan yang berperilaku variabel. Dalam metode *variable costing*, hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Dalam penelitian Narissa (2017), menyatakan bahwa penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus* pendekatan *variable costing* pada perusahaan CV. Atmaja Jaya terdapat selisih antara perhitungan perusahaan dengan perhitungan menggunakan *cost-plus pricing*. Harga jual dengan menggunakan *cost-plus pricing* lebih besar dari pada harga jual perusahaan. Sedangkan, dalam penelitian Fitrah dan Retnani (2014), menyatakan bahwa harga jual dengan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *variable costing* dapat meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan dan memudahkan manajemen dalam mengambil keputusan khususnya dalam penentuan harga jual produk.

Salah satu *home industry* yang berkembang di Kediri adalah UD Ganysha yang didirikan oleh perseorangan. UD Ganysha bergerak dalam bidang produksi roti untuk dijual dan didistribusikan ke Kediri dan sekitarnya. Aktivitas usaha ini adalah memproduksi, menjual dan mendistribusikan roti ke beberapa daerah. UD Ganysha belum melaksanakan pencatatan untuk biaya produksi dan hanya menggunakan cara-cara sederhana, hal ini menyebabkan belum terbuatnya laporan keuangan. Dengan belum terbuatnya laporan keuangan menyebabkan tidak adanya perhitungan secara cermat dalam menentukan harga jual produk, usaha ini hanya menggunakan cara tradisional, yaitu dengan perkiraan saja, sehingga usaha ini hanya memperkirakan harga jual produk dengan acuan sudah mendapatkan modal kembali.

Penentuan harga jual produk dengan metode yang tepat diperlukan oleh UD Ganysha untuk mendapatkan harga jual yang sesuai dengan pasaran, dapat dijangkau semua konsumen dan dapat menambah laba bagi perusahaan. Harga jual dengan metode *cost-plus pricing* diharapkan mampu menjadi referensi bagi perusahaan untuk menentukan harga jual yang tepat dan efisien, agar perusahaan memperoleh pendapatan dan keuntungan yang lebih serta dapat mempertahankan dan mengembangkan usaha agar mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka peneliti mengadakan penelitian pada tempat usaha tersebut untuk menentukan harga jual dengan metode *cost-plus pricing*, agar dapat mengetahui harga jual yang tepat dan efisien bagi perusahaan yang akan menambah pendapatan serta keuntungan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pendekatan *Cost-*

Plus Pricing Dalam Penentuan Harga Jual Roti Pada UD Ganysha Kediri".

II. METODE

A. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:2) "variabel penelitian pada dasarnya segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan". Dari pengertian di atas, maka yang menjadi variabel penelitian ini adalah metode *cost-plus pricing* yang digunakan untuk menentukan harga jual.

2. Definisi Operasional Variabel

a. Metode *Cost-Plus Pricing*

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dalam penentuan harga jual adalah *cost-plus pricing*. Menurut Gitosudarmo (2012:268), "*cost-plus pricing* adalah dengan menambahkan persentase tertentu yang diinginkan sebagai keuntungan di atas biaya atau harga perolehannya atau harga pokoknya". *Cost-plus pricing* dapat diartikan sebagai metode yang dapat digunakan dalam menentukan harga jual produk, dalam perhitungannya dengan menambahkan *markup* yang sudah ditentukan sebelumnya, yang terdiri dari laba yang dikehendaki dan semua biaya yang besifat tetap guna mendapatkan harga jual produk yang tepat, yang mampu menambah keuntungan perusahaan.

Dalam metode *cost-plus pricing* digunakan pendekatan *variable costing*, sebagai indikator perhitungan harga pokok produksi atau biaya total yang digunakan dalam penentuan harga jual. Menurut Mulyadi (2014:17), *"variable costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel". Sehingga *variable costing* dapat diartikan sebagai salah satu metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel saja.

b. Harga Jual

Menurut Swastha (2009:147) "harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau

mungkin) yang dibutuhkan mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya". Harga jual dapat diartikan sebagai sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah persentase laba yang diinginkan perusahaan dan yang ditetapkan untuk mendapatkan suatu produk atau kombinasi dari produk dan pelayanannya.

B. Pendekatan dan Teknik Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010:12), "Pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka, dan dianalisis menggunakan statistik". Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif adalah karena data yang diperoleh berupa angka-angka yang sifatnya dapat diukur, rasional, dan sistematis.

2. Teknik Penelitian

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Arikunto (2010:3), "penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui keadaan, kondisi, atau hal-hal lain yang disebutkan dan hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian".

Alasan peneliti menggunakan teknik penelitian deskriptif adalah karena peneliti bermaksud untuk mengetahui kondisi atau gejala dan peristiwa yang dideskripsikan melalui penelitian ini agar diperoleh hasil relevan mengenai permasalahan yang dibahas.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UD. Ganysha Desa Seketi Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Alasan dipilihnya tempat ini adalah karena pada UD. Ganysha saat ini masih menggunakan cara tradisional cara dengan perkiraan saja dalam penentuan harga jual. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini, guna mendapatkan metode penentuan harga jual yang tepat yang mampu menambah laba perusahaan.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini adalah dari Maret sampai dengan Agustus 2017.

D. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:13) menyatakan bahwa, definisi subyek penelitian adalah "suatu atribut sifat dan nilai dari orang, lembaga atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan". Subyek dari penelitian ini adalah UD. Ganysha Kediri yang bergerak dibidang produksi roti, dipimpin oleh Ibu Ninik.

2. Obyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:13), "obyek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu)". Obyek yang diperoleh dari penelitian ini adalah biaya produksi untuk perhitungan harga pokok produksi, dan data penjualan.

E. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini, digunakan jenis dan sumber data,

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2012:187) "bahwa data primer merupakan sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data". Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan pemilik perusahaan untuk mendapatkan data-data tentang gambaran umum perusahaan dan sejarah perusahaan.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012:187) "bahwa data sekunder merupakan sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen". Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari berbagai informasi tertulis mengenai situasi dan kondisi perusahaan maupun berdasarkan dokumen-dokumen perusahaan yang berkaitan dengan penelitian, data yang didapatkan meliputi data biaya produksi, dan data penjualan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data

yang disesuaikan dengan objek penelitian sebagai berikut:

a. Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan yaitu suatu cara untuk memperoleh data dengan meninjau langsung objek penelitian yang akan diteliti serta mengamati kegiatan-kegiatan yang ada di perusahaan berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1) Wawancara

Penggunaan metode wawancara dalam penelitian ini yaitu dengan mengadakan tanya jawab secara langsung kepada manajemen perusahaan dengan menggunakan sistem atau cara tanya jawab secara sistematis yang berorientasi pada tujuan penelitian. Melalui metode ini diperoleh data berupa data-data tentang gambaran umum perusahaan dan sejarah perusahaan.

2) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti. Dengan alasan penggunaan untuk memperoleh informasi tentang proses produksi. Melalui metode ini diperoleh data berupa proses produksi roti pada "UD. Ganysha Kediri".

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik penelitian yang digunakan untuk memperoleh data informasi yang relevan dengan cara pengumpulan data yang ada dalam perusahan. Data yang dikumpulkan meliputi data biaya produksi, dan data penjualan.

b. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyalin data dan menggali informasi kepustakaan sebagai sumber acuan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada guna mendapatkan data-data bersifat ilmiah dan teoritis. Melalui metode ini diperoleh data berupa teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk menentukan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* dan kemudian dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan

perusahaan, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. **Menghitung Harga Pokok Produksi**

   Penelitian ini menggunakan pendekatan *variable costing*. *Variable costing* merupakan salah satu pendekatan penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi variabel saja, digunakan rumus Mulyadi (2014:121), yakni sebagai berikut :

   HPP = Biaya bahan baku variabel + biaya tenaga kerja variabel+biaya *overhead* pabrik variabel.

2. **Menentukan Harga Jual**

   Penentuan harga jual dalam penelitian ini menggunakan metode *cost-plus pricing*, di mana menambah biaya per unit yang diproleh dari perhitungan harga pokok produksi pendekatan *variable costing* dengan persentase *markup* yang sudah ditentukan sebelumnya, yang terdiri dari laba yang dikehendaki dan semua biaya yang besifat tetap. Dalam menghitung *cost-plus pricing* digunakan rumus, Halim dkk (2014:130) sebagai berikut :

   a. Laba yang Dikehendaki = Prosentase Laba X Harga Pokok Produksi.
   b. Prosentase *Markup* = *Markup* : Harga Pokok Produksi.
   c. Harga Jual:

      Biaya Variabel Per Unit = Harga Pokok Produksi : Taksiran Produk Satu Tahun

      Markup = Prosentase *Markup* x Biaya Variabel Per Unit
   d. Harga Jual Metode Cost-Plus Pricing = Biaya Variabel Per Unit + *Markup*

3. **Pengambilan Keputusan**

   Dalam penelitian ini, perhitungan biaya total atau harga pokok produksi menggunakan pendekatan *variable costing* dan penentuan harga jual dengan metode *cost-plus pricing*. Kemudian membandingkan antara harga jual yang telah ditetapkan perusahaan dengan harga jual dengan metode *cost-plus pricing*, sehingga dapat diketahui harga jual yang tepat untuk diterapkan perusahaan yang akan menambah laba bagi perusahaan.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Analisis Data

1. **Menghitung Harga Pokok Produksi**

   Harga pokok produksi dengan pendekatan *variable*

costing adalah sebesar Rp 1.599.102.000,-

2. Menentukan Harga Jual

a. Laba yang Dikehendaki = 30 % x Rp Rp 1.599.102.000,- = Rp 479.730.600,-

b. *Markup*= Rp 479.730.600,- + Rp 452.550.000,- + Rp 45.000.000,-+ Rp 42.600.000,- = Rp 1.019.880.600,-

c. Prosentase *Markup*

$= \frac{\text{Rp } 1.019.880.600,-}{\text{Rp } 1.599.102.000,-} \text{ x } 100\%$

= 63,77%

d. Harga Jual Per Unit =

Biaya Variabel Per Unit
= Rp 1.599.102.000,- : 120.960
= 13.220,-
Markup Per Unit
= 63,77 % x Rp 13.220,-
= Rp 8.431,-

e. Harga Jual dengan Metode *cost-plus pricing*
= Rp 13.220,- + Rp 8.431,-
= Rp 21.651,-

Harga jual pie kering yang ditetapkan oleh UD. Ganysha Kediri adalah sebesar Rp 20.000,- sedangkan harga jual yang diperoleh setelah melakukan perhitungan dengan metode *cost-plus pricing* dalam penelitian ini adalah sebesar Rp 21.651,- sehingga terdapat selisih sebesar Rp 1.651,-.

KESIMPULAN

Dari hasil perhitungan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* dan pendekatan *variable costing* dalam perhitungan harga pokok produksinya, dapat diketahui bahwa harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan UD. Ganysha Kediri yang masih menggunakan metode tradisional atau dengan perkiraan saja, namun perusahaan masih dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, karena harga untuk produk yang sejenis di pasaran masih tinggi yaitu sebesar Rp 22.000,- sehingga perusahaan dapat menggunakan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* dalam penentuan harga jual produknya dan dapat memaksimalkan laba yang diperoleh perusahaan.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Bina Aksara

Fitrah, dan Retnani. Penentuan Harga Jual Dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Dengan Pendekatan *Variable Costing*. Jurnal (online).

Tersedia: http://ejournal.stiesia.ac.id, diunduh 27 September 2016

Garisson, dkk. 2013. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta : Salemba Empat.

Gitosudarmo, Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.

Mulyadi. 2014. *Akuntansi Biaya, edisi 5*. Yogyakarta : UPP-STIM YKPN.

Narrisa. 2017. *Analisis Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode Cost-Plus Pricing Dengan Pendekatan Variable Costing Untuk Meningkatkan Laba Pada CV. Atmaja Jaya Kediri*. Kediri : Universitas Nusantara PGRI Kediri

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis* : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta

Swastha, B. 2009. *Azaz-Azaz Marketing*. Yogyakarta : Liberty.