

***Analisis Penetapan Harga Pokok Produksi dalam Menentukan Harga Jual di PT.
Wonokoyo Jaya Kusuma***

Oleh:

Wildan Maulana Asep Sulaeman, Rahmat Mulyana Dali, Rasiman

Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia

Email: 161103050881@feb.uika-bogor.ac.id

Abstract

The aim of this research is to calculate the production costs of a production of PT. Wonokoyo Jaya Kusuma, because production costs are one of the calculation tools in decision making, and to explain the determination of the selling price at PT. Wonokoyo Jaya Kusuma. This research is a type of qualitative descriptive research. To find out the cost and selling price of PT. Wonokoyo Jaya Kusuma, conducted by means of interviews, which were then analyzed qualitatively. Based on the results of research and data analysis, it can be concluded that there are several differences between production costs and selling prices at PT. Wonokoyo Jaya Kusuma with the author. The selling price of PT. Wonokoyo Jaya Kusuma follows the market price of Rp. 20,000 while according to the author's calculations using accounting theory that is equal to Rp. 22,300. PT. Wonokoyo Jaya Kusuma can follow the market price as long as the price is not higher than the cost of production because it will ensure that the company suffers a loss.

Keywords: Cost of Production, Selling Price and Market Price.

A. Pendahuluan

Pada masa saat ini perkembangan usaha sangat pesat ditandai dengan semakin kompetitifnya persaingan dalam dunia bisnis. Persaingan pada bidang bisnis semakin ketat yang dapat dirasakan oleh para pelaku usaha di Indonesia maupun luar negeri. Kompetisi bisnis dalam perebutan pasar, menuntut para pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnis usahanya untuk mendapatkan sebuah kelebihan atau mengetahui kelemahan dilihat dari berbagai pandangan terutama dilihat dari sisi efisiensi, kualitas sumber daya manusia dan kualitas sebuah produk¹. Persaingan bisnis meluas dan menjangkau semua bidang industri baik industri perdagangan maupun jasa.

Pada umumnya tujuan utama perusahaan adalah mendapatkan sebuah profit atau biasa kita sebut sebagai keuntungan, keuntungan yang didapatkan untuk menjalankan usaha dan keberlangsungan bisnis tetap bertahan serta memperluas usahanya. Manajemen perusahaan berperan penting membantu perusahaan agar mendapatkan tujuan dari usahanya tersebut yaitu kelangsungan usaha agar tetap bertahan dan memperluas usahanya dengan mengoptimalkan sumberdaya yang dapat dioptimalkan seperti bahan baku, modal awal atau

¹ Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.

modal investasi dan juga tenaga kerja yang dapat digunakan secara efektif dan efisien, sehingga dapat meningkatkan keuntungan (laba).

Perusahaan selalu ingin mendapatkan keuntungan (laba), agar perusahaan dapat maju dan berkembang dalam usahanya, besar kecilnya perusahaan mendapatkan keuntungan (laba) sebagai alat untuk mengukur sebuah perusahaan dikatakan sukses atau tidak, dapat dilihat dari perkembangan perusahaan yang dapat diidentifikasi dari kemampuan seorang manajemen perusahaan agar mendapatkan keuntungan yang ditargetkan dengan cara menentukan harga jual². Penetapan harga jual merupakan proses pengambilan sebuah keputusan bagi manajemen yang terpenting.

Beberapa perusahaan mungkin mengalami kesulitan dalam menentukan harga pokok produksi terhadap penentuan harga jual. Banyak perusahaan yang beranggapan bahwa biaya produksi sama dengan harga jual, yang salah dalam menentukan biaya produksi. Padahal, keduanya berbeda karena harga jual ditambahkan ke laba yang diharapkan perusahaan, tetapi biaya produksi tidak ditambahkan.

Penentuan biaya produksi memegang fungsi yang sangat penting di sebuah unit bisnis untuk memperoleh atau membuat harga jual suatu barang atau produk unit bisnis lebih dulu untuk menghitung sebuah biaya produksi. Tujuan dari disusunnya harga pokok produksi untuk mencapai tujuan bisnis, menghasilkan keuntungan dari penjualan sehingga dapat meningkatkan dan mengembangkan hasil produksi dan memperluas tujuan pemasaran³.

Keputusan dalam menentukan harga pokok produksi bagi setiap perusahaan tentu mempengaruhi harga jual, penetapan harga jual dapat mempengaruhi sebuah keputusan pembelian pada konsumen. Biaya produksi yang benar berarti bahwa biaya produksi tidak terlampaui tinggi atau rendah dari harga jual. Oleh karena itu, biaya produksi perlu dihitung dan ditentukan dengan berkala agar harga jualnya tepat. Biaya produksi dapat ditentukan menggunakan metode *full costing* atau variabel, dan harga jual dapat ditentukan penggunaan markup adalah sebuah penentuan selisih antara harga produksi dan harga jual kepada konsumen biasanya perhitungan ini akan berbentuk presentasi biaya.

PT. Wonokoyo Jaya Kusuma merupakan Perusahaan Modal Dalam Negeri (PMDN) atau swasta nasional yang bergerak dalam bidang pabrik industri pakan ternak dan ikan. PT. Wonokoyo Jaya Kusuma merupakan salah satu perusahaan dalam GROUP WONOKOYO, perusahaan ini didirikan pada 6 Desember 1996⁴.

² Kotler, P. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

³ Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2013). *Cost accounting: A managerial emphasis* (14th ed.). Pearson.

⁴ PT. Wonokoyo Jaya Kusuma. Profil Perusahaan. Diakses dari <http://www.wonokoyojayakusuma.co.id>

Pada awalnya PT. Wonokoyo Jaya Kusuma hanya memproduksi pakan ternak dan ikan, karna banyaknya permintaan ayam dan ikan, kemudian PT. Wonokoyo Jaya Kusuma ikut dalam membudidayakan ayam ternak dan ikan. Dengan visi PT. Wonokoyo Jaya Kusuma menjadi pemimpin pasar dan perusahaan perunggasan terpadu yang terbaik di Indonesia, menjadikan PT. Wonokoyo Jaya Kusuma terus menerus meningkatkan mutu, produktifitas dan pelayanan untuk memuaskan pelanggan dan memberi manfaat kepada karyawan. Usaha budidaya ayam ternak PT. Wonokoyo Jaya Kusuma yang berada di Kabupaten Serang, yang dikelola untuk dapat dijual belikan Kembali.

Penetapan harga pokok produksi yang akurat sangat menentukan keberhasilan strategi penetapan harga jual. Kesalahan dalam menetapkan harga pokok produksi dapat mengakibatkan harga jual yang terlalu tinggi sehingga kehilangan daya saing atau terlalu rendah sehingga tidak menghasilkan margin keuntungan yang memadai. Oleh karena itu, evaluasi dan penetapan biaya produksi secara berkala merupakan langkah esensial untuk mendukung strategi harga jual yang efektif dan kompetitif.

B. Pembahasan

1. Harga dan Biaya: Definisi, Peran, dan Implikasinya dalam Pemasaran dan Produksi

Harga adalah jumlah yang harus dibayar pembeli kepada penjual untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkannya. Harga merupakan salah satu elemen terpenting bagi perusahaan, karena harga merupakan unsur dalam pemasaran yang menimbulkan pendapatan bagi perusahaan, selain itu sukses atau tidaknya sebuah perusahaan dapat dinilai dari seberapa besar perusahaan memperoleh keuntungan dalam besaran harga yang ditentukannya dalam menjual produk atau jasa. Harga adalah jumlah yang dibebankan terhadap produk/jasa, atau jumlah nilai dalam pertukaran untuk keuntungan yang diperoleh konsumen dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa⁵. Harga merupakan alat pembayaran yang sah dan digunakan untuk melakukan proses jual beli baik berupa barang ataupun jasa⁶.

Sedangkan biaya merupakan proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk dan jasa, dengan cara-cara tertentu⁷. Adapun menurut Daljono bahwa biaya sebagai pengorbanan sumber daya keuangan yang

⁵ Philip Kotler and Gary Armstrong, "International Business Management," *Academic Year 2016 - 2017 List of Textbooks for First*, 2017.

⁶ Nur Aulia Agustina, Seno Sumowo, and Bayu Wijayantini, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Roti Aloha Perumahan Gunung Kidul Kabupaten Jember)," *Jurnal Penelitian Ipteks* 3, no. 2 (2018): 186–96.

⁷ Pradana Setiadi et al., "Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual Pada CV. Minahasa Mantap Perkasa," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 14, no. 2 (2014): 70–81.

diukur dalam istilah moneter untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan menghasilkan laba atau laba saat ini atau di masa depan⁸. Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan dana yang harus dikeluarkan perusahaan dengan berbagai tujuan agar dapat menghasilkan barang atau jasa biaya tersebut akan mencakup sebagai seluruh biaya produksi dan biaya pemasaran

2. Harga Produksi dan Penetapan Harga Jual: Definisi, Perhitungan, serta Strategi Pemasaran

Harga produksi adalah harga seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi, baik itu untuk pembelian oprasional bahan baku maupun sebagai biaya distribusi hasilnya akan dijual untuk memenuhi proses produksi kembali. Wicjaksono menjelaskan bahwa harga pokok produksi ialah sejumlah nilai aktiva, tetapi jika selama tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan⁹. Menurut Dewi & Kriswanro Unsur perhitungan biaya produksi digunakan untuk menentukan nilai dari besarnya pengeluaran produksi yang berhubungan dengan produksi yang akan dihasilkan¹⁰. Secara umum biaya pengeluaran produksi dapat meliputi biaya oprasional bahan sampai dengan bahan yang siap pakai dan didistribusikan.

Penetapan harga produksi yang akurat memiliki implikasi strategis yang luas bagi perusahaan. Perhitungan yang tepat tidak hanya mendukung proses evaluasi efisiensi operasional, tetapi juga memberikan dasar yang kuat untuk menetapkan harga jual yang kompetitif di pasar. Dengan memahami secara mendalam komponen-komponen biaya, perusahaan dapat mengidentifikasi potensi penghematan dan meningkatkan profitabilitas, serta memastikan bahwa harga yang ditetapkan mencerminkan nilai ekonomi dari seluruh input produksi.

Penentuan harga penjualan adalah harga penjualan yang telah ditetapkan oleh sebuah perusahaan atau unit bisnis, dan tentunya harga jual yang dapat bersaing di pasaran. Menurut Mulyadi (2012) harga jual adalah harga yang digunakan untuk proses pembayaran dan nilai tukar dari barang ke alat pembayaran¹¹. Tujuan dari sebuah penerapan harga adalah untuk membentuk masa depan, tetapi tidak ada urgensi untuk

⁸ Eko Purwanto and Sinta Sukma Watini, "Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual," *Journal of Applied Managerial Accounting* 4, no. 2 (2020): 248–53.

⁹ Setiadi et al., "Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual Pada CV. Minahasa Mantap Perkasa."

¹⁰ Salman Alfarisi and Gideon Setyo Budiwitjaksono Boediono, "Evaluasi Penerapan Job Order Costing Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi: (Studi Kasus Pada CV. Adi Guna Utama)," *Small Business Accounting Management and Entrepreneurship Review* 1, no. 1 (February 2021): 46–55, <https://doi.org/10.61656/sbamer.v1i1.50>.

¹¹ Setiadi et al., "Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual Pada CV. Minahasa Mantap Perkasa."

mencapainya. Tujuan penetapan harga bukan untuk memastikan bahwa perusahaan sampai di sana, tetapi untuk melihat ke masa depan. Oleh karena itu, perusahaan harus menetapkan target harga jual dan menyelesaikan dengan menetapkan sasaran penetapan harga jual.

3. Harga Pokok Produksi pada PT Wonokoyo Jaya Kusuma

Harga pokok produksi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan produk yang siap dijual. Jadi, harga pokok produksi adalah harga yang dihitung selama proses produksi berlangsung. Menurut teori unsur-unsur harga pokok produksi yaitu:

a. Biaya bahan baku

Merupakan biaya bahan keseluruhan yang dipakai langsung untuk proses produksi. Contohnya: DOC/benih dan pakan untuk produksi ayam ternak

b. Biaya tenaga kerja langsung

Merupakan biaya berupa gaji/upah yang diberikan kepada karyawan yang secara langsung melakukan proses produksi.

Contohnya: anak kandang yang bertugas dalam pemeliharaan ayam ternak

c. Biaya *overhead* pabrik

Merupakan biaya pengeluaran pabrik selain dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Contohnya: biaya listrik, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya bahan penolong lainnya seperti gas, kertas/karton, sekam dan lain-lain.

Tabel 1. Perhitungan Harga Pokok Produksi menurut Penulis

Biaya bahan baku:	
a. Bibit/ DOC	Rp. 65.000.000
b. Pakan	Rp. 227.300.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 9.600.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik:	
a. Biaya Listrik	Rp. 5.000.000
b. Biaya tenaga kerja tidak langsung	
c. Biaya penolong (gas, kerta/karton, sekam)	Rp. 4.800.000
	Rp. 9.000.000
Jumlah	Rp. 323.500.000

Penetapan harga pokok produksi PT. Wonokoyo jaya kusuma menggunakan metode pendekatan *full costing*. Metode *full costing* merupakan metode yang menghitung semua unsur-unsur biaya untuk mengelola bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual kembali. Pendekatan *full costing* memastikan bahwa seluruh biaya, baik biaya

langsung maupun tidak langsung, diperhitungkan secara menyeluruh. Dengan demikian, perusahaan memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai total biaya produksi, yang sangat penting dalam pengambilan keputusan strategis terkait penetapan harga jual dan evaluasi kinerja keuangan.

Berdasarkan hasil perhitungan harga pokok produksi PT. Wonokoyo Jaya Kusuma sebesar Rp. 323.500.000 dan harga produksi perkilo sebesar Rp. 18.600 dengan hasil produksi 17.400 kg. Dengan begini harga pokok produksi pada PT. Wonokoyo jaya kusuma sudah diketahui. Data perhitungan ini tidak hanya memberikan dasar yang jelas untuk menentukan harga jual, tetapi juga membantu dalam mengidentifikasi efisiensi operasional. Informasi ini memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan produksi guna mencapai margin keuntungan yang optimal serta mempertahankan daya saing di pasar.

Dalam penetapan harga pokok produksi PT. Wonokoyo Jaya Kusuma sudah tepat dengan menjumlahkan semua unsur-unsur biaya dalam menentukan harga pokok produksi. Namun ada beberapa yang tidak sesuai dengan teori. Ketidaksesuaian tersebut menunjukkan perlunya evaluasi lebih lanjut dan penyesuaian metode perhitungan untuk memastikan bahwa seluruh komponen biaya tercermin secara akurat. Perbaikan pada aspek-aspek yang menyimpang dapat meningkatkan keandalan perhitungan harga pokok produksi, yang pada gilirannya akan mendukung kebijakan harga jual yang lebih tepat dan strategi bisnis yang lebih kompetitif.

Berikut merupakan perbandingan harga pokok produksi perusahaan dengan penulis:

Tabel 2. Perbandingan Harga Pokok Produksi menurut Perusahaan dan Penulis

Menurut Perusahaan	Menurut Penulis
Harga pokok produksi:	Harga pokok produksi:
Biaya bahan baku Rp. 65.000.000	Biaya Bahan Baku:
Biaya TK langsung Rp. 9.600.000	Bibit/DOC Rp. 65.000.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik Rp. 248.900.000	Pakan Rp. 227.300.000
Rp. 323.500.000	Biaya TK Langsung Rp. 9.600.000
	Biaya <i>Overhead</i> pabrik:
	a. Biaya listrik Rp. 5.000.000
	b. Biaya TK tidak langsung Rp. 2.800.000
	c. Biaya penolonng (gas, kرتون/kertas, sekam, dll) Rp. 9.000.000
	Rp. 323.500.000

Berdasarkan perbandingan diatas menurut perusahaan dan menurut penulis sesuai dengan teori. Penulisan dalam perhitungan harga pokok produksi perusahaan kurang tepat karna perusahaan memasukan biaya pakan kedalam biaya *overhead* pabrik, sedangkan

menurut penulis sesuai dengan teori biaya pakan masuk kedalam biaya bahan baku dikarenakan biaya *overhead* pabrik tidak mungkin lebih tinggi dari biaya bahan baku.

Perhitungan dalam menentukan harga pokok produksi yang dilakukan perusahaan dapat dibenarkan walaupun tidak sesuai dengan teori, selama perusahaan tidak mendapati kerugian dalam penetapan harga pokok produksi. Meskipun metode yang digunakan perusahaan menghasilkan nilai yang masih dapat diterima, penting bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi dan penyesuaian dalam sistem akuntansi biaya. Hal ini guna memastikan bahwa seluruh komponen biaya tercermin secara akurat, sehingga memberikan dasar yang lebih transparan dan andal untuk pengambilan keputusan strategis, termasuk penetapan harga jual dan pengendalian biaya operasional.

4. Harga Jual PT. Wonokoyo Jaya Kusuma

Harga jual merupakan bagian terpenting perusahaan karena mempengaruhi laba yang akan diperoleh perusahaan. Harga jual (*selling price*) mencakup biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk proses produksi dan ditambah dengan laba yang diinginkan perusahaan. Penetapan harga jual yang tepat tidak hanya menentukan pendapatan, tetapi juga memainkan peran strategis dalam menjaga margin keuntungan dan menetapkan posisi produk di pasar.

PT. Wonokoyo Jaya Kusuma menentukan harga jual tidak berdasarkan harga pokok produksi melainkan menentukan harga jual produk mengikuti harga yang ada dipasaran karena perusahaan tidak menjualnya langsung kepada konsumen melainkan kepada induk market. Berdasarkan harga jual pada saat itu yaitu sebesar Rp. 20.000 per kilo. Dan hasil panen perusahaan yaitu sebesar 17.400 kg dengan penjualan Rp. 348.000.000. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk tetap responsif terhadap dinamika pasar dan persaingan, meskipun mungkin mengorbankan potensi margin keuntungan yang lebih tinggi jika harga ditetapkan berdasarkan analisis biaya internal.

Terdapat perbedaan perhitungan antara perusahaan dan penulis. Perbedaan metode perhitungan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang berbasis pasar cenderung menyesuaikan harga dengan kondisi eksternal, sedangkan perhitungan berbasis akuntansi lebih mengutamakan analisis biaya dan target laba yang diharapkan. Berikut perbandingan perhitungan harga jual menurut perusahaan dan perhitungan menurut penulis:

Tabel 2. Perbandingan Harga Jual

Menurut Perusahaan	Menurut Penulis
Perhitungan harga jual perusahaan yaitu mengikuti harga pasaran yaitu sebesar Rp. 20.000 perkilo. $\text{Rp. } 20.000 \times 17.400$ $= \text{Rp. } 348.000.000$	Perhitungan harga jual Rumus : $= \text{Taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}$

	$= \text{Rp. } 323.500.000 + 20 \% \text{ (Misalkan laba yang diharapkan perusahaan)}$ $= \text{Rp. } 388.200.000$ Harga jual per kilo : $\text{Rp. } 388.200.000 : 17.400 \text{ kg}$ $= \text{Rp. } 22.300$
--	---

Berdasarkan perhitungan harga jual menurut perusahaan dan perhitungan harga jual menurut penulis. Harga jual menurut perusahaan yaitu sebesar Rp. 20.000 per kilo dengan mengikuti harga pasaran dan sementara harga jual menurut penulis yaitu sebesar Rp. 22.300 per kilo. Selisih harga jual ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis biaya dan laba yang diharapkan berpotensi menghasilkan margin keuntungan yang lebih tinggi. Namun, strategi penetapan harga harus tetap mempertimbangkan daya saing dan sensitivitas pasar terhadap perubahan harga.

Dengan perhitungan tersebut perusahaan dapat mengikuti harga pasar selama harga jual tidak lebih tinggi dibanding harga produksi, jika harga jual lebih tinggi dari harga produksi dapat dipastikan perusahaan akan mengalami kerugian. Hal ini menegaskan pentingnya menjaga keseimbangan antara harga jual dan biaya produksi. Penetapan harga yang tidak proporsional dapat mengganggu daya saing produk serta merusak kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang.

Sedangkan berdasarkan perhitungan penulis dari teori akuntansi yang benar dengan menambahkan laba yang diharapkan perusahaan, harga jual menurut penulis lebih tinggi dari harga yang ada dipasaran dan dapat dipastikan perusahaan akan mendapatkan laba yang lebih besar. Pendekatan ini mengutamakan keakuratan perhitungan biaya dan target laba, sehingga memberikan potensi profitabilitas yang lebih optimal. Namun, implementasinya juga harus disertai dengan strategi pemasaran yang efektif untuk mengkomunikasikan nilai tambah kepada pasar.

C. Penutup

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa perhitungan harga pokok produksi PT. Wonokoyo Jaya Kusuma telah dilakukan dengan menerapkan metode full costing. Namun, terdapat ketidaksesuaian dalam penerapan metode tersebut, khususnya pada pengelompokan biaya. Perusahaan memasukkan biaya pakan ke dalam kategori biaya overhead pabrik, padahal berdasarkan teori akuntansi biaya, biaya pakan seharusnya dimasukkan ke dalam biaya bahan baku. Hal ini mengindikasikan perlunya evaluasi ulang terhadap prosedur akuntansi biaya yang diterapkan agar lebih akurat dan sesuai dengan standar yang ada. Selain itu, dalam penentuan harga jual, perusahaan menetapkan harga berdasarkan kondisi pasar yang berlaku pada saat itu tanpa menambahkan

persentase laba yang diharapkan. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk mengikuti harga pasaran, tetapi juga berisiko jika harga jual yang ditetapkan melebihi harga pokok produksi, sehingga berpotensi mengakibatkan kerugian. Oleh karena itu, disarankan agar perusahaan mempertimbangkan secara menyeluruh seluruh komponen biaya produksi dan menetapkan margin keuntungan yang wajar dalam menentukan harga jual. Langkah tersebut tidak hanya akan meningkatkan akurasi perhitungan harga, tetapi juga mendukung keberlanjutan keuntungan dan daya saing perusahaan di pasar.

Referensi

- Abdul Hakim, A. D., & Abdul Aris, M. (2023). The effect of green accounting, dividend policy, leverage, and firm size on firm value [Pengaruh green accounting, kebijakan dividen, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan]. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7747–7756. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Alfarisi, S., & Boediono, G. S. B. (2021). Evaluasi penerapan job order costing dalam penentuan harga pokok produksi: Studi kasus pada CV. Adi Guna Utama. *Small Business Accounting Management and Entrepreneurship Review*, 1(1), 46–55. <https://doi.org/10.61656/sbamer.v1i1.50>
- Aulia Agustina, N., Sumowo, S., & Wijayantini, B. (2018). Analisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian: Studi kasus konsumen roti Aloha perumahan Gunung Kidul Kabupaten Jember. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 186–196.
- Badriah, E., & Nurwanda, A. (2019, November). Penerapan metode full costing dalam menentukan harga pokok produksi pembangunan rumah. *Jurnal MODERAT*, 5(4), 411–421. Retrieved from <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/moderat>
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2013). *Cost accounting: A managerial emphasis* (14th ed.). Pearson.
- Kotler, P. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *International business management* [List of textbooks for first]. Academic Year 2016–2017.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Purwanto, E., & Watini, S. S. (2020). Analisis harga pokok produksi menggunakan metode full costing dalam penetapan harga jual. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 248–253.
- Setiadi, P., Saerang, D. P. E., Runtu, T., & Manado, R. (2014). Perhitungan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual pada CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 14(2), 70–81.
- PT. Wonokoyo Jaya Kusuma. (n.d.). *Profil perusahaan*. Retrieved from <http://www.wonokoyojayakusuma.co.id>