

## **Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Pada *Rajaswa Coffee***

*Analysis of The Calculation of Cost Production in Determining The Selling Prices of Rajaswa Coffee*

**Mohamad Basuni\*<sup>1</sup>, Khalid Iskandar<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes, Indonesia*

*e-mail: \*<sup>1</sup>mohamadbasunimanajemen@gmail.com, <sup>2</sup>khalidiskandar@umus.ac.id*

### **ABSTRAK**

*Perhitungan harga pokok produksi merupakan hal yang penting dalam menetapkan harga jual suatu produk. Persaingan yang semakin meningkat dalam dunia usaha menuntut perusahaan berusaha membuat suatu produk yang berkualitas dengan harga jual yang bersaing. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual pada Rajaswa Coffee. Dalam menentukan harga jual yang menggunakan pendekatan full costing, dimana semua biaya produksi, biaya tenaga kerja, biaya overhead dimasukkan ke dalam perhitungan. Harga jual diperoleh dengan menjumlahkan harga pokok produksi dengan laba yang diharapkan. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder dari Rajaswa Coffee. Dalam penelitian ini memberikan hasil bahwa ada selisih pada perhitungan menurut perusahaan yang berpengaruh pada pendapatan harga jual.*

**Kata Kunci :** *Harga Pokok Produksi, Harga Jual, Full Costing*

### **Abstract**

*The calculation of the cost of production is important in determining the selling price, increasing competition in the business world in making quality products at competitive prices. This study aims to calculate the cost of goods manufactured to determine the selling price of Rajaswa Coffee. In determining the selling price using a full costing approach where all production costs, labor costs, overhead costs are included in the calculation. The selling price is obtained by adding the cost of goods manufactured with the expected profit. The data used are primary data and secondary data from Rajaswa Coffee. In this study, the results show that there is a difference in the calculation according to the company which affects the selling price income.*

**Keywords:** *Cost Of Goods Sold, Selling Price, Full Costing*

## **INTRODUCTION**

Perekonomian Indonesia saat ini mengalami perkembangan, khususnya dalam dunia industri. Perkembangan tersebut telah mendorong intensitas persaingan bisnis dalam setiap bidang. Dengan keadaan tersebut sebuah perusahaan harus mempunyai sebuah rencana dan strategi yang efektif sehingga produk yang ditawarkan dapat bersaing dengan para kompetitor serta bisa memperoleh keuntungan yang maksimal.

Dalam menjalankan bisnis tentunya sebuah perusahaan memiliki tujuan yakni untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal sehingga dapat bersaing diantara kompetitor lainnya. Hal tersebut bisa dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan memperkecil biaya produksi serta biaya-biaya lainnya sehingga biaya yang dikeluarkan sangat rendah, kemudian perusahaan juga bisa menaikkan harga jual dipasar sehingga keuntungan akan lebih maksimal.

Kemudian setiap perusahaan yang proses produksinya dari mengolah bahan baku menjadi suatu produk jadi yang dipasarkan, maka diperlukan sebuah perhitungan untuk menentukan harga pokok produksi sebagai landasan menentukan suatu harga jual produk. Dalam hal ini ada dua metode atau pendekatan yaitu dengan *full costing* ataupun dengan *variabel cost*. Perhitungan harga pokok produksi merupakan suatu kondisi yang menjadi acuan dalam penetapan harga jual. Biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung serta biaya

overhead merupakan salah satu variabel yang digunakan untuk menentukan harga pokok produksi suatu barang[1]. Oleh karena itu, dengan perhitungan yang tepat dan benar dapat menghindari suatu kesalahan dalam menetapkan harga jual suatu produk.

*Rajaswa Coffee* merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang *Coffe Shop* dengan menyajikan konsep akademik yang santai dan nyaman. Produk yang ditawarkan yaitu berbagai minuman kopi serta jenis makanan ringan sebagai cemilan, dengan produk unggulannya yaitu *Expresso Rajaswa* sebagai diferensiasi dari yang lainnya. Selain menawarkan berbagai produk, *Rajaswa Coffee* juga menawarkan fasilitas *live* musik, pengadaan event akademik, buku bacaan, dan fasilitas wifi gratis.

Oleh karena itu, proses produksi *Rajaswa Coffee* perlu menata setiap biaya-biaya yang dikeluarkan supaya lebih efektif, sehingga diperlukan sebuah ketelitian dalam menghitung harga pokok produksi. Dalam hal ini maka akan digunakan metode *Full Costing*, karena dengan metode ini semua biaya produksi tetap ataupun variabel akan dibebankan kepada produk tersebut.

## LITERATURE REVIEW

Harga pokok produksi merupakan biaya-biaya yang telah diselesaikan dalam satu periode[2]. Harga pokok produksi sebagai dasar dalam sebuah pengendalian biaya produksi, ada 2 sistem yaitu sistem harga pokok produksi sesungguhnya dan sistem harga pokok produksi dimuka. Harga pokok produksi adalah setiap pengeluaran kas dalam bentuk uang untuk kemungkinan memperoleh suatu penghasilan[3]. Selain itu harga pokok produksi juga dapat didefinisikan sebagai suatu aktiva yang dalam satu periode dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan suatu penghasilan[4]. Menurut [5] bahwa harga pokok produksi yaitu biaya-biaya yang berhubungan dengan produksi meliputi biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Maka, dari pendapat para ahli tersebut dapat ditarik suatu arti bahwa harga pokok produksi adalah suatu beban yang dikeluarkan perusahaan untuk suatu usaha atau kegiatan dalam memproduksi sebuah produk. Kemudian metode perhitungan harga prokok produksi yaitu suatu cara untuk menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Dalam menghitung biaya-biaya tersebut terdapat dua cara yaitu pendekatan *full costing* dan pendekatan *variabel costing*.

Menurut [6] bahwa harga jual yaitu sejumlah kas dalam nominal uang yang dibebankan kepada suatu produk ataupun jasa. Kemudian tujuan dari penetapan suatu harga yaitu untuk mendapatkan laba, pendapatan, pertumbuhan, dan skimming pasar yang maksimum. Harga jual adalah banyaknya harga yang di berikan kepada konsumen untuk membeli suatu barang dengan perhitungan dari biaya produksi dijumlahkan dengan keuntungan yang akan didapatkan[1]. Sedangkan menurut [7] bahwa harga jual merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk bisa mendapatkan suatu barang ataupun jasa. Harga jual adalah jumlah uang yang dibebankan oleh perusahaan kepada konsumen untuk suatu barang atau jasa yang akan dibeli[8]. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa menentukan suatu harga jual dengan nilai yang wajar dengan proses perhitungan yang tepat dan benar untuk kemudian konsumen bisa membeli produk tersebut.

Pendekatan *full costing* adalah metode yang menghitung semua biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang meliputi biaya langsung ataupun tidak langsung, sehingga dapat menentukan harga jual secara tepat dan bisa diterima oleh konsumen[9]. Pendekatan *full costing* adalah suatu penentuan dalam menetapkan harga pokok produksi dengan memasukkan semua biaya yang dikeluarkan seperti, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung, serta biaya *oveheadv*[9]. Jadi semua biaya produksi dihitung untuk bisa menentukan suatu harga pokok produksi. Pendekatan *full costing* adalah metode menghitung harga pokok produksi yang didalamnya terdapat semua biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi[10]. Oleh karena itu, dalam menentukan suatu harga harus menggunakan pendekatan yang tepat seperti menggunakan pendekatan *full costing*, dimana seluruh biaya produksi dihitung hingga hasil yang diperoleh akan sesuai dan tepat.

Dalam menghitung menggunakan pendekatan *full costing*, semua biaya yang dikeluarkan dimasukkan ke dalam perhitungan yang digolongkan menjadi biaya produksi, biaya non produksi, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* variabel, dan biaya *overhead* tetap. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi untuk mengolah bahan baku menjadi sebuah produk jadi. Kemudian biaya non produksi adalah biaya yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi seperti biaya administrasi, biaya pengembangan dan lainnya. Biaya *overhead* adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan yang terdapat pada lingkungan perusahaan, akan tetapi tidak secara langsung berhubungan dengan proses produksi.

Penelitian [6] memperoleh hasil dalam penelitiannya yang telah dilakukan yaitu perhitungan harga jual per unit dengan pendekatan *full costing*, menunjukkan harga jual lebih rendah dari harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan. Kemudian peneliti [10] menemukan bahwa perhitungan secara *full costing* dirasakan belum akurat untuk menghitung kompleksitasnya.

## METHODS

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskripsi kualitatif, yang berdasarkan fakta yang terjadi di perusahaan. Melalui pendekatan *full costing* peneliti akan melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan harga jual yang telah ditentukan perusahaan. Penelitian ini dilakukan di *Rajaswa Coffee* Sitanggal Brebes dan data kualitatif yang digunakan berupa sejarah dan gambaran tentang *Rajaswa Coffee*, sedangkan data kuantitatifnya berupa laporan biaya produksi dan harga produk.

Data primer yang digunakan berupa hasil wawancara langsung dengan pemilik *Rajaswa Coffee*, sedangkan data sekunder yang digunakan yaitu berupa artikel ilmiah berupa jurnal penelitian yang berisi teori-teori yang mendukung dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan menggunakan pendekatan *full costing* untuk menghitung harga pokok produksi serta menentukan harga jual pada produk *Rajaswa Coffee* Sitanggal Brebes.

## RESULTS AND DISCUSSION

Perhitungan harga pokok produksi dilakukan dengan cara menghitung semua biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead variabel dan tetap. Kemudian akan dibandingkan dengan hasil perhitungan menurut perusahaan. Tabel 1 adalah rangkuman mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan *Rajaswa Coffee* dalam proses produksi.

**Tabel 1. Data Biaya Produksi *Rajaswa Coffee***

Keterangan	<i>Coffee Hot</i>	<i>Coffee Ice</i>	<i>Coffee Latte</i>
Biaya Bahan Baku	Rp. 995.000	Rp. 1.593.000	Rp. 1.968.000
Biaya Tenaga Kerja	Rp. 2.700.000	Rp. 2.700.000	Rp. 2.700.000
Biaya <i>Overhead</i> Variabel	Rp. 238.000	Rp. 238.000	Rp. 238.000
Biaya <i>Ovehead</i> Tetap	Rp. 770.000	Rp. 770.000	Rp. 770.000
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>Rp. 4.703.000</b>	<b>Rp. 5.301.000</b>	<b>Rp. 5.676.000</b>

Dari data biaya produksi *Rajaswa Coffee* ada tiga produk yaitu *Coffee Hot* dengan total biaya produksi sebesar Rp. 4.703.000. Kemudian produk *Coffee Ice* dengan jumlah biaya

produksi sebesar Rp. 5.301.000. Produk yang selanjutnya yaitu *Coffee Latte*, dimana produk ini memiliki total biaya produksi yang paling tinggi yaitu sebesar Rp. 5.676.000.

Perhitungan Harga Jual Menurut Perusahaan

#### *Coffee Hot*

$$\begin{aligned}\text{Harga pokok per bungkus} &= \frac{\text{Rp.4.703.000}}{570 \text{ gelas}} = \text{Rp. 8.251} \\ \text{Harga jual per bungkus} &= \text{HPP per bungkus} \times \text{presentase Mark up} \\ &= \text{Rp. 8.251} + (\text{Rp. 8.251} \times 35\%) \\ &= \text{Rp. 2.993} \\ &= \text{Rp. 8.251} + \text{Rp. 2.888} \\ &= \text{Rp. 11.139 / gelas}\end{aligned}$$

#### *Coffee Ice*

$$\begin{aligned}\text{Harga pokok per bungkus} &= \frac{\text{Rp.5.301.000}}{530 \text{ gelas}} = \text{Rp. 10.001} \\ \text{Harga jual per bungkus} &= \text{HPP per bungkus} \times \text{presentase Mark up} \\ &= \text{Rp. 10.001} + (\text{Rp. 10.001} \times 35\%) \\ &= \text{Rp. 3.373} \\ &= \text{Rp. 10.001} + \text{Rp. 3.373} \\ &= \text{Rp. 13.374 / gelas}\end{aligned}$$

#### *Coffee Latte*

$$\begin{aligned}\text{Harga pokok per bungkus} &= \frac{\text{Rp.5.676.000}}{500 \text{ gelas}} = \text{Rp. 11.352} \\ \text{Harga jual per bungkus} &= \text{HPP per bungkus} \times \text{presentase Mark up} \\ &= \text{Rp. 11.352} + (\text{Rp. 11.352} \times 35\%) \\ &= \text{Rp. 3.973} \\ &= \text{Rp. 11.352} + \text{Rp. 3.973} \\ &= \text{Rp. 15.325 / gelas.}\end{aligned}$$

**Tabel 2. Harga jual per bungkus perusahaan**

Jenis Produk	Total Produksi Perbulan	Harga Jual Pergelas	Jumlah
<i>Coffee Hot</i>	570	Rp. 11.139	Rp. 6.349.230
<i>Coffee Ice</i>	530	Rp. 13.374	Rp. 7.088.220
<i>Coffee Latte</i>	500	Rp. 15.325	Rp. 7.662.500

Dari perhitungan harga pokok produksi dan menentukan harga jual menurut perusahaan, untuk harga produk *Coffee Hot* Rp. 11.139, kemudian untuk harga *Coffee Ice* Rp.13.374, sedangkan untuk harga *Coffee Latte* Rp.15.325 dengan jumlah keuntungan perbulan kurang lebih ketika semua produk terjual sebesar Rp. 21.099.950 dari penjualan ketiga produk tersebut.

#### **Perhitungan Harga Jual Menggunakan Pendekatan *Full Costing***

Dalam menetapkan harga jual menggunakan pendekatan *full costing* harus dicari nilai *mark up* dan menghitung laba yang dihasilkan dengan rumus berikut:

$$\text{Mark Up} = \frac{\text{Biaya Non Produksi} + \text{Laba yang Diharapkan}}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\%$$

$$\text{Laba} = \text{Biaya Total Produksi Per Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}$$

Dalam penjualan produk, laba yang diharapkan oleh *Rajaswa Coffee* sebesar 35% dari jumlah yang telah tersedia. Kemudian dalam perhitungan seluruh biaya yang dikeluarkan dimasukkan. Tabel 3 adalah biaya produksi *Rajaswa Coffee*

**Tabel 3. Data Biaya Produksi *Rajaswa Coffee***

Keterangan	<i>Coffee Hot</i>	<i>Coffee Ice</i>	<i>Coffee Latte</i>
Biaya Bahan Baku	Rp. 995.000	Rp. 1.593.000	Rp. 1.968.000
Biaya Tenaga Kerja	Rp. 2.700.000	Rp. 2.700.000	Rp. 2.700.000
Biaya <i>Overhead</i> Variabel	Rp. 238.000	Rp. 238.000	Rp. 238.000
Biaya <i>Ovehead</i> Tetap	Rp. 770.000	Rp. 770.000	Rp. 770.000
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>Rp. 4.703.000</b>	<b>Rp. 5.301.000</b>	<b>Rp. 5.676.000</b>

#### ***Coffee Hot***

$$\begin{aligned}
 \text{Laba} &= \text{Rp. 4.703.000} \times 35\% \\
 &= \text{Rp. 1.646.050} \\
 \text{Mark Up} &= \frac{\text{Rp. 970.000} + \text{Rp. 1.646.050}}{\text{Rp. 4.703.000}} \times 100\% \\
 &= 55\% \\
 \text{Total Biaya Produksi} &= \text{Rp. 4.703.000} \\
 \text{Mark Up } 55\% \times \text{Rp. 4.703.000} &= \text{Rp. 2.586.650} \\
 \text{Total Harga Jual} &= \text{Rp. 7.289.650} \\
 \text{Harga Jual Per Gelas} &= \frac{\text{Rp. 7.289.650}}{570 \text{ gelas}} \\
 &= \text{Rp. 12.789 / gelas}
 \end{aligned}$$

#### ***Coffee Ice***

$$\begin{aligned}
 \text{Laba} &= \text{Rp. 5.301.000} \times 35\% \\
 &= \text{Rp. 1.855.350} \\
 \text{Mark Up} &= \frac{\text{Rp. 970.000} + \text{Rp. 1.855.350}}{\text{Rp. 5.301.000}} \times 100\% \\
 &= 53\% \\
 \text{Total Biaya Produksi} &= \text{Rp. 5.301.000} \\
 \text{Mark Up } 53\% \times \text{Rp. 5.301.000} &= \text{Rp. 2.809.530} \\
 \text{Total Harga Jual} &= \text{Rp. 8.110.530} \\
 \text{Harga Jual Per Gelas} &= \frac{\text{Rp. 8.110.530}}{530 \text{ gelas}} \\
 &= \text{Rp. 15.303 / gelas}
 \end{aligned}$$

#### ***Coffee Latte***

$$\begin{aligned}
 \text{Laba} &= \text{Rp. 5.676.000} \times 35\% \\
 &= \text{Rp. 1.986.600} \\
 \text{Mark Up} &= \frac{\text{Rp. 970.000} + \text{Rp. 1.986.600}}{\text{Rp. 5.676.000}} \times 100\% \\
 &= 52\%
 \end{aligned}$$

Total Biaya Produksi	= Rp. 5.676.000
Mark Up % x Rp.5.676.000	= Rp. 2.951.520
Total Harga Jual	= Rp. 8.627.520
Harga Jual Per Gelas	= $\frac{\text{Rp. 8.627.520}}{500 \text{ gelas}}$
	= Rp. 17.155 / gelas

Hasil dari perhitungan untuk menentukan harga jual menggunakan pendekatan *full costing*, yaitu harga *Coffee Hot* sebesar Rp.12.789/gelas. Kemudian untuk harga *Coffee Ice* sebesar Rp.15.303/gelas. Sedangkan untuk harga *Coffee Latte* sebesar Rp.17.155/gelas.

#### Perbandingan Hasil Perhitungan Perusahaan dan Pendekatan *Full Costing*

Dari perhitungan yang telah dilakukan menurut perusahaan dan menggunakan pendekatan *full costing* dapat dibandingkan antara keduanya dalam tabel berikut ini :

**Table 4. Perbandingan Hasil Menurut Perusahaan dan Pendekatan *Full Costing***

Jenis Produk	Harga Jual Menurut Perusahaan	Harga Jual Menurut Pendekatan Full Costing	Selisih
<i>Coffee Hot</i>	Rp. 11.139	Rp. 12.789	Rp. 1.650
<i>Coffee Ice</i>	Rp. 13.374	Rp. 15.303	Rp. 1.929
<i>Coffee Latte</i>	Rp. 15.325	Rp. 17.155	Rp. 1.830

Terdapat selisih antara harga jual per gelas menurut perhitungan perusahaan dan menggunakan pendekatan *full costing* disebabkan karena perbedaan saat menghitung nilai *mark up*. Harga jual perusahaan lebih rendah dari perhitungan pendekatan *full costing* yaitu dengan selisih *Coffee Hot* sebesar Rp.1.650, untuk *Coffee Ice* sebesar Rp.1.929, dan *Coffee Latte* sebesar Rp.1.830 per gelas.

## CONCLUSION

Berdasarkan analisis harga pokok produksi dalam menentukan harga jual pada *Rajaswa Coffee*, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan hasil dari perhitungan menurut perusahaan dan menggunakan pendekatan *full costing* dalam menetapkan harga jual produk pada *Rajaswa Coffee*, dimana harga jual menurut perusahaan lebih rendah dari hasil perhitungan menggunakan pendekatan *full costing* dengan selisih yaitu, *Coffee Hot* sebesar Rp.1.650, *Coffee Ice* sebesar Rp.1.929, *Coffee Latte* sebesar Rp.1.830, sehingga keuntungan yang diperoleh kurang maksimal

*Rajaswa Coffee* dapat mempertimbangkan untuk menggunakan pendekatan *full costing* dalam menetapkan harga jual produknya. Karena dalam pendekatan *full costing* memiliki keunggulan, dimana semua biaya dihitung sehingga menjadi alat analisis yang tepat dalam menetapkan harga jual.

## REFERENCES

- [1] C. S. Lumowa, J. J. Tinangon, and W. Anneke, "Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Holland Bakery Boulevard Manado," *Going Concern J. Ris. Akunt.*, vol. 15, no. 1, pp. 28–35, 2020, doi: <https://doi.org/10.32400/gc.15.1.27835.2020>.
- [2] A. Johannes, H. Pelealu, and J. V Mangindaan, "Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Dasar Perhitungan Harga

- Jual (Studi Kasus Pada Kertina's Home Industry)," *J. Adm. Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 34–40, 2018, doi: <https://doi.org/10.35797/jab.6.002.2018.19850.%25p>.
- [3] E. Purwanto and S. S. Watini, "Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual ( Studi Kasus Unit Usaha Regar Fruit )," *J. Appl. Manag. Account.*, vol. 4, no. 2, 2020, doi: <https://doi.org/10.30871/jama.v4i2.2402>.
- [4] H. Batubara, "Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Pada Pembuatan Etalase Kaca Dan Alumunium Di Ud. Istana Alumunium Manado," *J. Emba J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis Dan Akunt.*, vol. 1, no. 3, pp. 217–224, 2013, doi: <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2073>.
- [5] J. O. Manein, D. P. E. Saerang, and T. Runtu, "Penentuan harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing pada Pembuatan Rumah Kayu (Studi kasus pada CV. Rajawali Tunggal Perkasa- Woloan 1 Utara)," *Indones. Account. J.*, vol. 2, no. 1, p. 37, 2020, doi: 10.32400/iaj.27557.
- [6] S. Handayani, "Penerapan Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Pada Ud. Lyly Bakery Lamongan," *Akuisisi J. Akunt.*, vol. 15, no. 1, pp. 42–47, 2020, doi: 10.24127/akuisisi.v15i1.386.
- [7] S. R. Lasena, "Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada PT. Dimembe Nyiur Agripro," *J. EMBA*, vol. 1, no. 3, pp. 1–27, 2013, doi: <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.1864>.
- [8] N. M. R. Megawati, "Analisis Penerapan Metode Variable Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual (Studi Pada Pabrik Lilin Bali Star Candle Suwat, Gianyar)," *J. Pendidik. Ekon. Undiksha*, vol. 10, no. 2, p. 450, 2019, doi: 10.23887/jjpe.v10i2.20080.
- [9] N. K. Yuniari, M. A. Wahyuni, and P. E. D. M. Dewi, "Analisis Ketetapan Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Sebagai Dasar Dalam Menentukan Harga Jual Ukiran Sanggah (Pelinggih) Pada Usaha Sari uma Duku Sidemen," *e-Journal SI Ak*, vol. 8, no. 2, pp. 1–10, 2017, [Online]. Available: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/13164>.
- [10] S. I. Sugawa, V. Ilat, and M. Kalalo, "Analisis Perbandingan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Dan Metode Activity Based Costing Dalam Menetapkan Harga Jual Ruko Pada Pt. Megasurya Nusalestari," *Going Concern J. Ris. Akunt.*, vol. 14, no. 1, pp. 164–174, 2018, doi: 10.32400/gc.13.04.20947.2018.