

**ANALISIS PENETAPAN HARGA PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
KOPI SALUAN DI DESA TONTOUAN, BANGGAI**

***PRODUCT PRICING ANALYSIS OF MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES
IN THE VILLAGE OF COFFEE SALUAN TONTOUAN, BANGGAI***

Fadhilatul Amalia^{1*}, Yuni Rustiawati², Dian Puspapatriwi³

¹Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tompotika Luwuk
(Email: fadhilakiky99@gmail.com)

²Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tompotika Luwuk
(Email: yunirustiawati85@gmail.com)

³Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tompotika Luwuk
(Email: dianpuspatriwi.08@gmail.com)

*Penulis korespondensi: fadhilakiky99@gmail.com

ABSTRACT

Companies that produce a product in the production process need facts about how much the costs are used in issuing these products and at the same time are expected to be able to calculate and determine the exact cost of goods sold and the products produced. The objectives to be achieved in this study are to determine the Saluan Coffee Micro, Small and Medium Enterprises in determining the selling price of products, using quantitative descriptive data analysis methods, where the full costing method is to calculate the cost of goods manufactured and the cost-based pricing method. (cost plus pricing) to determine the selling price to consumers. So that the results of the Micro, Small and Medium Enterprises of copy coffee which are based on the full costing component of the selling price set by the company are higher than the selling price calculated based on the Cost Plus Pricing method. This means that the price fixing for saluan coffee in Tontouan, Banggai Regency has met the minimum profit standard

Keywords: Price, SMes, Coffee Saluan

ABSTRAK

Perusahaan yang menghasilkan suatu produk dalam proses produksinya memerlukan fakta mengenai berapa jumlah biaya yang digunakan dalam menerbitkan produk-produk tersebut dan sekaligus diharapkan dapat menghitung dan menentukan harga pokok penjualan yang tepat dan produk yang dihasilkan. Adapun tujuan yang ingin diraih dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Usaha Mikro Kecil Menengah Kopi Saluan dalam melakukan penetapan harga jual produk, dengan menggunakan metode analisis data deskriptif kuantitatif, dimana metode *full costing* untuk menghitung harga pokok produksi dan metode penetapan harga berbasis biaya *cost plus pricing* untuk menentukan harga jual kepada konsumen. Sehingga hasil Usaha Mikro Kecil dan Menengah kopi saluan yang berdasarkan komponen *full costing* terhadap harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi dari pada harga jual yang dihitung berdasarkan metode *Cost Plus Pricing*. Artinya penetapan harga kopi saluan di Tontouan Kabupaten Banggai sudah terpenuhi dari standar keuntungan minimum

Kata kunci: Harga, UMKM, Kopi Saluan

PENDAHULUAN

Peran sektor pertanian akan semakin bermanfaat apabila pertanian mampu terus tumbuh dan berkembang tidak hanya berorientasi pada aspek budidaya tetapi juga pada pengolahan hasil. Salah satu pendekatan pembangunan pertanian adalah kegiatan agribisnis yang berorientasi pada pengembangan sektor pertanian melibatkan berbagai aspek baik pada aspek budidaya, pengumpulan, pengolahan sampai pada perdagangan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu penunjang perekonomian Indonesia. Hal ini terbukti ketika Indonesia mampu menghadapi krisis ekonomi tahun 1997/1998. Perusahaan-perusahaan besar yang diharapkan mampu bertahan ketika itu, ternyata banyak yang gagal (Syarief, 2020), dan UMKM-lah sebagai sektor ekonomi masyarakat kecil dengan skala lokal, sumber daya lokal dan proses produksi sederhana yang produknya dijual secara lokal telah mampu membuat UMKM mampu tetap bergerak di tengah terjerangan krisis. Kondisi ini menandakan bahwa UMKM memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap krisis, yang dimungkinkan karena UMKM memiliki ciri antara lain struktur organisasi dan tenaga kerja UMKM yang lebih elastis dalam menyesuaikan dengan perubahan pasar dan kompetensi sumber daya (Kamener, 2016).

Perusahaan yang menghasilkan suatu produk dalam proses produksinya memerlukan fakta mengenai berapa jumlah biaya yang digunakan dalam menerbitkan produk-produk tersebut dan sekaligus diharapkan dapat menghitung dan menentukan harga pokok penjualan yang tepat dan produk yang dihasilkan. selain untuk memuaskan kebutuhan manusia yakni untuk mendapatkan keuntungan yang wajar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Chaniago, 2020). Penentuan harga tidak didasarkan pada perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang saksama. Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan sesuai perhitungannya (Moray et al, 2014). Faktor biaya merupakan faktor utama dalam menentukan harga jual karena biaya yang menggambarkan batas paling kecil yang harus dipenuhi perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran (Purrohman & Ilham, 2015) dan harga yang tidak memperhitungkan elemen bauran pemasaran lainnya yang tidak diperinci (Arta & Hamsal, 2015). Selanjutnya Mulyadi (2001) menyatakan bahwa harga dibebankan kepada konsumen yang didapat dari perhitungan biaya produksi ditambah dengan biaya nonproduksi serta laba yang diharapkan.

Kopi Saluan (KOPSAL) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang UMKM. Produk hasil olahan dari UMKM ini berupa sediaan kemasan kopi dalam bentuk pcs maupun dalam bentuk sajian langsung dengan ciri khas yang klasik. Dari beberapa perbedaan sediaan di atas, maka akan berpengaruh pada perbedaan harga juga tentunya.

Berdasarkan perbedaan harga pada setiap kemasan sehinggahnya perlu adanya penetapan harga dengan menggunakan metode dalam penentuan harga. Menurut Maulani et al (2017) untuk mencapai tujuan maka harus menggunakan metode dalam menetapkan harganya agar tujuan dari penetapan harga dapat tercapai. Selanjutnya Tjiptono (2002) menyebutkan tujuan menetapkan harga terdiri dari, tujuan yang berorientasi pada keuntungan, tujuan berorientasi volume, tujuan berorientasi pada citra, stabilisasi harga, dan tujuan-tujuan lainnya

Apabila penetapan harga dilakukan dengan tepat, maka produk yang ditawarkan memiliki potensi untuk menarik minat konsumen, dimana harga yang tepat merupakan harga yang sesuai dengan kualitas produknya sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen.

Penetapan harga yang tepat ditentukan dengan empat macam metode diantaranya, yaitu menetapkan harga berdasarkan permintaan, menetapkan harga berdasarkan biaya, menetapkan harga berdasarkan laba, dan menetapkan harga berdasarkan persaingan.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2020 sampai dengan Februari 2021 di Rumah Produksi Kopi Saluan di Desa Tontouan Kabupaten Banggai. Metode yang digunakan dalam menganalisis data penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

Pengumpulan Data

Data kuantitatif adalah data yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Data kualitatif adalah data yang tidak yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive dan snowbaal*, teknik pengumpulan dengan gabungan, analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Darna & Herlina, 2018).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada Woran et al, (2014) data kualitatif dan data kuantitatif, dimana data kualitatif yakni gambaran umum perusahaan dan informasi operasi perusahaan dan data kuantitatif yang berupa biaya produksi dan metode perhitungan untuk harga jual berupa metode *cost plus pricing*.

Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah melihat bagaimana penerapan penetapan harga jual produk UMKM Kopi Saluan. Metode penetapan harga jual yang dibahas dalam penelitian ini , yaitu metode penetapan harga jual produk UMKM Kopi Saluan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pada pendekatan *full costing*.

Pendekatan *Full Costing*

Data diperoleh dari penelitian ini dihitung dengan menggunakan metode *full costing* untuk menghitung harga pokok produksi dan metode penetapan harga berbasis biaya (*cost plus pricing*) untuk menentukan harga jual kepada konsumen. Adapun metode *full costing* sebagai berikut :

Biaya Produksi

Biaya produksi mencakup 3 unsur penting disajikan sebagai persamaan berikut :

$$\text{biaya produksi} = a + b + c$$

Dimana :

<i>Biaya Bahan Baku</i>	(a)
<i>Biaya Tenaga Kerja Langsung</i>	(b)
<i>Biaya Overhead Pabrik</i>	(c)

Biaya non-Produksi

Biaya non-produksi mencakup 2 unsur penting sebagai indikator dasar sebagai berikut :

Dimana :

$$\text{biaya Nonproduksi} = d + e$$

Biaya Administrasi

(d)

Biaya Pemasaran

(e)

Total Biaya Produksi

Total biaya produksi yang dimaksud adalah biaya produksi yang dijumlahkan dengan biaya nonproduksi, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari persamaan dibawah ini :

$$\text{Biaya Produksi} + \text{Biaya non-Produksi} = \text{Total Biaya Produksi}$$

Sumber : Hasil olahan sendiri

Penetapan Harga Berbasis Biaya

Metode *cost plus pricing* digunakan untuk menentukan harga jual produk kopi saluan, dimana pada metode ini yaitu dengan cara menambahkan persentase tertentu dari penentuan harga pokok produksi untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Rumusnya sebagai berikut :

$$\text{Harga Pokok Produksi} = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi 3 Bulan(pcs)}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bahan baku biji kopi hasil penyortiran kemudian di sangrai. Proses penyangraian harus dilakukan dengan sangat hati-hati, karena pada proses ini rasa dan aroma kopi dibentuk. Menurut Nugroho, et al (2009), proses penyangraian adalah proses pembentukan rasa dan aroma pada biji kopi. Apabila biji kopi memiliki keseragaman dalam ukuran, specific gravity, tekstur, kadar air dan struktur kimia, maka proses penyangraian akan relatif lebih mudah untuk dikendalikan. Kenyataannya, biji kopi memiliki perbedaan yang pada saat proses penyangraian biji kopi yang biasa disebut tingkat sangrai gelap atau dark roast (Edvan et al, 2016). Sehingga proses penyangraian merupakan seni dan memerlukan keterampilan dan pengalaman sebagaimana permintaan konsumen (Anam et al, 2020).

Perhitungan Biaya Produksi Dengan Metode *Full Costing*

Dalam penelitian ini, peneliti menghitung biaya produksi dengan cara yang lebih tepat sesuai dengan yang ditetapkan. Penulis menghitung biaya produksi dengan memperoleh biaya perhitungan yang lebih akurat. Sistematis untuk perhitungan biaya produksi kopi saluan harus disesuaikan dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum untuk menjamin keakurasian informasi yang tersaji dalam laporan perhitungan biaya produksi. Perhitungan menggunakan standar akuntansi dapat mencerminkan beberapa biaya yang sesungguhnya dikorbankan perusahaan selama kegiatan produksinya. Dari uraian tersebut, maka penulis menghitung biaya produksi kopi saluan berdasarkan pengelompokan biaya-biaya sebagai berikut:

Bahan Baku Produksi

Berikut disajikan data biaya bahan baku pada tabel 1 untuk satu kali pembelian bahan baku dalam jangka per tiga bulan.

Tabel 1. Biaya Bahan Baku untuk memproduksi UMKM Kopi Saluan

Bahan Baku	Volume	Biaya
Biji Kopi	8 Karung	Rp. 1.300.000
Total		Rp. 10.400.000

Sumber : *UMKM Kopsal*

Berdasarkan tabel 1. Pelaku usaha belum melakukan perhitungan biaya-biaya secara menyeluruh terhadap biaya bahan baku yang dipergunakan untuk memproduksi produk kopi saluan. Perhitungan UMKM kopi saluan biaya bahan baku dikeluarkan untuk produk kopi Saluan selama tiga bulan yaitu adalah Rp.10.400.000 yang terdiri dari 8 karung biji kopi. Dimana, setiap 1 karung dengan isi 50 kg biji kopi. Artinya total berat isi dari 8 karung sama dengan 400 kg biji kopi, dan setiap 1 karung isi 50 kg dikenai biaya sebesar Rp.1.300.000. selanjutnya peneliti menghitung dengan menggunakan metode full costing dan memperoleh jumlah yang relatif sama dengan hasil dari UMKM kopsal, sehingga dapat diasumsikan bahwa UMKM kopi saluan sudah menghitung seluruh unsur biaya bahan baku dengan cukup baik.

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung di UMKM kopi saluan menggunakan sistem pengupahan berdasarkan hasil yang telah di kerjakan oleh tenaga kerja tersebut. Tenaga kerja dibagi menjadi 2 bagian yaitu bagian bakar/penyangraian dan bagian pengepakan. Dibagian bakar umkm kopsal mempekerjakan sebanyak 3 orang tenaga kerja dan 1 orang bagian pengepakan. Dalam pembayar Upah yang diberikan untuk bagian bakar/penyangraian dihitung mulai dari 1 kg yaitu Rp. 5.000 / orang. Untuk upah bagian pengepakan dihitung dari 10 kg jumlah kemasan diupahi sebesar Rp.40.000. untuk lebih jelasnya kami sajikan pada tabel 2 dibawah.

Tabel 2. Rincian Biaya Tenaga Kerja Langsung UMKM Kopi Saluan

Keterangan	Jumlah Kerja	Volume	Upah yang ditentukan pemilik UMKM	Total
Bagian Bakar/Penyangraian	3	376 kg	Rp. 5.000	Rp. 5.640.000
Bagian Packing/Pengepakan	1	542 kemasan x 3 bulan	10kg/ Rp. 40.000	Rp. 6.504.000
Total Biaya Tenaga Kerja Lansung (3 bulan)				Rp. 12.144.000

Sumber : *UMKM Kopsal*

Total biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan UMKM kopi saluan setiap 1 kali pembelian bahan baku/ 3 bulan adalah sebesar Rp. 12.144.000, dengan rincian biaya untuk tenaga kerja dibagian bakar/penyangraian sebesar Rp. 5.640.000 dan untuk dibagian packing/pengepakan sebesar Rp. 6.504.000.

Biaya Overhead Pabrik

Overhead pabrik adalah biaya-biaya yang dari segi masalah praktis tidak dapat dibebankan kepada tujuan-tujuan tersebut secara langsung. Adapun biaya overhead pabrik UMKM Kopi Saluan dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah.

Tabel 3. Biaya Overhead Pabrik UMKM Kopi Saluan

Biaya Overhead Pabrik	Jumlah		Total Biaya (Rp)
	Biaya Total (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	
Pemeliharaan Mesin	150.000		150.000
Biaya Kemasan	3.902.000		3.902.000
Biaya Listrik	1.200.000		1.200.000
Biaya Air	150.000		150.000
Biaya Bahan Bakar		1.050.000	1.050.000
Biaya Transportasi	1.200.000		1.200.000
Total	6.602.000	1.050.000	7.652.000

Sumber : UMKM Kopsal

Berdasarkan tabel 3 diatas, biaya overhead yang dikeluarkan oleh UMKM kopi saluan seperti biaya pemeliharaan mesin Rp. 150.000, biaya kemasan Rp. 3.902.000, biaya listrik Rp. 1.200.000, biaya air Rp. 150.000, biaya bahan bakar Rp. 1.050.000, dan biaya transportasi untuk pengantaran produk ke tempat penjualan Rp. 1.200.000. sehingga total biaya yang dikeluarkan oleh UMKM kopi saluan untuk biaya overhead pabrik adalah sebesar Rp. 7.652.000.

Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya yang dikeluarkan UMKM kopi saluan untuk menata, mengatur, dan mengawasi kegiatan administrasi. Selanjutnya kami sajikan data biaya administrasi dan umum pada Tabel 4 dibawah.

Tabel 4 biaya administrasi dan umum UMKM Kopi Saluan

Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
Biaya Cetak	300.000
ATK	150.000
Telepon/Voucher	300.000
Total	750.000

Sumber : UMKM Kopsal

Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya untuk mempromosikan dan memasarkan produknya yang dikeluarkan UMKM kopsal. Untuk lebih jelasnya kami sajikan pada Tabel 5 dibawah.

Tabel 5. Biaya Pemasaran UMKM Kopi Saluan

Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
Biaya Penyusutan Kendaraan	900.000
Biaya Perbaikan Kendaraan	1.050.000
Biaya Bahan Bakar Bensin	700.000
Total	2.650.000

Sumber : UMKM Kopsal

Berdasarkan hasil dari kelima item diatas, maka total biaya produksi dapat di jumlahkan sesuai dengan data yang di dapatkan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kopi Saluan sebagai berikut :

Biaya Bahan Baku	Rp. 10.400.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 12.144.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 7.652.000
Biaya Administrasi dan Umum	Rp. 750.000
Biaya Pemasaran	Rp. 2.650.000
Total Biaya Produksi	Rp. 33.596.000

Selanjutnya, Harga Pokok Produksi dengan Metode *Cost Plus Pricing* Produk Kopi Saluan selama periode 3 bulan. Dapat diperhitingkan sebagai berikut;

$$\begin{aligned} \text{Harga Pokok Produksi} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi (3 Bulan)}} \\ &= \frac{\text{Rp } 33.596.000}{1614 \text{ (Bungkus)}} \\ &= \text{Rp } 20.815 \text{ (per bungkus)} \end{aligned}$$

Harga jual produk dapat dihitung dengan menjumlahkan Total Biaya Produksi dengan laba yang ditetapkan sebesar 20% kemudian dibagi dengan Total Produksi Produk selama 3 Bulan. Perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual Produk} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi} + \text{Laba yang Diharapkan}}{\text{Total Produksi (3 Bulan)}} \\ &= \frac{\text{Rp } 33.596.000 + (20\% \times 33.596.000)}{1614 \text{ (Bungkus)}} \\ &= \frac{\text{Rp } 33.596.000 + \text{Rp } 6.719.200}{1614 \text{ (Bungkus)}} \\ &= \text{Rp } 24.978 \text{ (per bungkus)} \end{aligned}$$

Setelah dilakukan perhitungan *Cost Plus Pricing* maka akan dilakukan selisih perbandingan antara harga penetapan dari UMKM Kopi Saluan dengan metode *Cost Plus Pricing*, sebagaimana pada tabel 6 dibawah ini.

Tabel 6. Biaya Pemasaran UMKM Kopi Saluan

Jenis Produk	Harga Jual UMKM Kopi Saluan	Harga Jual Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	Selisih
Produk Kopi Saluan	Rp. 25.000	Rp. 24.978	Rp. 22

Sumber: Olah data Peneliti

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat dibandingkan harga jual produk UMKM kopi saluan dengan metode *Cost Plus Pricing* dimana harga jual produk menurut UMKM Kopi saluan sebesar Rp. 25.000 sedangkan menurut metode *Cost Plus Pricing* Rp. 24.086,. Jika,

dibandingkan harga jual produk menurut UMKM Kopi Saluan dengan metode *Cost Plus Pricing* memperoleh selisih Rp. 914 (Tabel 6). Artinya Penetapan harga jual yang ditetapkan oleh UMKM Kopi Saluan masih menggunakan metode harga jual yang mengikuti harga pasaran yang telah ditetapkan oleh usaha-usaha dagang sejenis lainnya. UMKM Kopi Saluan tidak memperhitungkan setiap komponen-komponen biaya produksi sehingga harga jual yang ditetapkan UMKM kopsal lebih tinggi dari pada harga jual yang dihitung berdasarkan metode *Cost Plus Pricing*. Artinya tanpa menggunakan metode *Cost Plus Pricing* sudah terjadi keuntungan yang signifikan pada UMKM Kopi Saluan. Sesuai dengan Christanti et al, (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perhitungan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* harga jual produk menjadi rendah atau lebih rendah dari harga penetapan perusahaan. Walaupun UMKM Kopi saluan mengikuti harga dengan perhitungan *Cost Plus Pricing* sudah terjadi keuntungan yang signifikan, serta dapat bersaing dengan UMKM lainnya dengan harga yang lebih rendah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas sehingganya dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah kopi saluan yang berdasarkan pendekatan metode *full costing* sehingga harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi dari pada harga jual yang dihitung berdasarkan metode *Cost Plus Pricing*. Sehinggahnya dapat di asumsikan UMKM Kopi saluan sudah mengalami keuntungan yang signifikan. Hal ini karena penetapan harga kopi saluan perbungkus sudah melebihi standar dari perhitungan penetapan harga akuntansi.

Saran

Sesuai dengan hasil simpulan diatas maka dapat disarankan bahwa, Perhitungan penetapan harga dengan metode *Cost Plus Pricing* dapat mengidentifikasi secara signifikan biaya-biaya produksi per produk seperti pada UMKM Kopi Saluan. Serta untuk pihak UMKM Kopi Saluan dapat mempertimbangkan cara penentuan harga jual produk berdasarkan *Cost Plus Pricing*, dimana harga jual yang ditentukan lebih murah dari pada harga jual yang ditentukan oleh UMKM kopi saluan itu sendiri, namun tetap memiliki laba yang sesuai dari laba yang diharapkan oleh pemilik usaha kopi saluan yang tanpa mengurangi keuntungan dari usaha-usaha tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, C., Muzayana, E., Atmaja, R. P., & Purnomo, D. (2021). Evaluasi Mutu Kopi Robusta Di Kecamatan Kare Kabupaten Madiun Jawa Timur. *Pro Food*, 6(2), 729-735.
- Edvan, B. T., Edison, R., & Same, M. (2016). Pengaruh jenis dan lama penyangraian pada mutu kopi robusta (*Coffea robusta*). *Jurnal Agro Industri Perkebunan*, 31-40.
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store. *International Journal Administration, Business and Organization*, 1(2), 2020.

- Woran, R., Ilat, V., & Mawikere, L. (2014). Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada Ud. Vanela. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2).
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 5(1), 287-292.
- Arta, A., & Hamsal, M. (2015). Analisis Penetapan Strategi Bisnis Dan Posisi Persaingan PT. WOM Finance Jakarta. *Journal of Business Strategy and Execution*, 8(1), 97-121.
- Purrohman, P. S., & Ilham, M. (2015). Penetapan Harga Diskriminasi Cabe Rawit Merah di Pasar Induk Kramat Jati, Jakarta Timur. *Jurnal Utilitas*, 1(2), 145-156.
- Moray, J. C., Saerang, D. P. E., & Runtu, T. (2014). Penetapan Harga Jual Dengan Cost Plus Pricing Menggunakan Pendekatan Full Costing Pada Ud Gladys Bakery. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2).
- Kamener. (2016) The Analysis Of Factors Affect The Quality Of Competitive Strategy In Industry SME For Embroidery At Padang City. *Journal of Economic and Economic Education Vol*, 5(1), 90-105.
- Syarief, F. (2020). *Pengembangan Dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Yayasan Barcode. Makassar.