

Analisis Perilaku Biaya dalam Perhitungan Harga Pokok Produk dan Penetapan Harga Jual (Studi Kasus UD. Sinar Terang Beton, Surabaya - Indonesia)

Article info:

Received June 17, 2023
Revised July 26, 2023
Accepted August 15, 2023

Correspondence:

* Anisa Fitriani
henny.sk83@gmail.com

Recommended citation:

Fitriani, A., (2023), Analisis Perilaku Biaya dalam Perhitungan Harga Pokok Produk dan Penetapan Harga Jual (Studi Kasus UD. Sinar Terang Beton, Surabaya - Indonesia), *Small Business Accounting Management and Entrepreneurship Review (SBAMER)*, 3(2), 27-38.



Anisa Fitriani*

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Jl. Raya Rungkut Madya, Surabaya, Indonesia

ABSTRACT: *UD. Sinar Terang Beton is a company in the city of Surabaya that produces and sells various types of paving products. In determining product selling prices, the company uses a producer-based pricing method so that it does not calculate the cost price for each product. Therefore, this research aims to recalculate the cost of the company's products based on their cost behavior and calculate the selling price so that it can be used as a consideration in determining the selling price of the product. This research uses primary data from researchers through interviews, field observations, and documentation activities. The validity of the data obtained from these activities was tested using data, source, and time triangulation techniques. The research results show that the company's current price is slightly higher than the researcher's selling price calculation using the cost-plus pricing selling price method with a full costing and variable costing approach.*

Keywords: *Cost behavior, Cost of Products, Cost-Plus Pricing, Full Costing, Variable Costing.*

ABSTRAK: UD. Sinar Terang Beton merupakan salah satu perusahaan di kota Surabaya yang memproduksi dan menjual berbagai jenis produk paving. Dalam menetapkan harga jual produk, perusahaan menggunakan metode penentuan harga berdasarkan produsen sehingga tidak melakukan perhitungan harga pokok untuk setiap produk. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menghitung kembali harga pokok produk perusahaan berdasarkan perilaku biayanya dan melakukan perhitungan harga jual untuk dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan harga jual produk. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh peneliti melalui kegiatan wawancara, observasi lapangan, serta melakukan kegiatan dokumentasi. Hasil yang diperoleh dari kegiatan tersebut keabsahan datanya diuji dengan teknik triangulasi data, sumber dan waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang saat ini ditetapkan perusahaan sedikit lebih tinggi daripada perhitungan harga jual peneliti dengan menggunakan metode harga jual cost-plus pricing dengan pendekatan *full costing* dan *variable costing*.

Kata kunci: Perilaku biaya, Harga Pokok Produk, Cost-Plus Pricing, Full Costing, Variable Costing

PENDAHULUAN

Paving sering digunakan sebagai salah satu alternatif pengerasan jalan umumnya pada jalan di area perumahan, perkampungan, daerah pabrikasi, tempat parkir, maupun sebagai penghias halaman rumah. Selain karena harganya yang lebih murah dibandingkan dengan cara pengerasan jalan yang lain, penggunaan paving juga ramah lingkungan karena air dapat menyerap masuk kedalam tanah lebih cepat sehingga tidak menimbulkan kubangan air.

Salah satu perusahaan yang menjual berbagai jenis paving di kota Surabaya yaitu UD. Sinar Terang Beton yang menjual berbagai jenis paving, buis beton, tutup buis beton, rooster, beton plat, patok beton,

batako, kastin, gress blok, tandon air, dan tandon sapiteng.

Dilihat dari bidang usahanya UD. Sinar Terang Beton merupakan perusahaan jasa, dagang, dan manufaktur. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak hanya menjual berbagai jenis produk, melayani jasa pemasangan dan pengiriman, tetapi juga melakukan kegiatan produksi untuk berbagai jenis paving, buis beton, tandon air, dan tandon sapiteng.

Sebagai perusahaan manufaktur, diperlukan penggunaan informasi biaya untuk tujuan perencanaan, pengawasan, penetapan harga, serta penentuan besarnya laba bagi perusahaan (Bustami & Nurlela; 2013:11). Selain untuk tujuan perencanaan dan pengawasan, informasi biaya juga dapat digunakan manajemen untuk mempertimbangkan keputusan dalam menetapkan harga jual produk serta menghitung besarnya biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Besarnya biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dapat dihitung apabila dilakukan klasifikasi terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan.

Menurut Carter (2009:40) biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya dalam hubungannya dengan produk, volume produksi, departemen produksi, periode akuntansi, serta pengambilan keputusan. Klasifikasi biaya dalam hubungannya dengan volume produksi atau perilaku biaya dapat memudahkan perusahaan dalam perencanaan biaya karena total biaya untuk setiap tingkat kapasitas aktivitas yang diinginkan dapat diestimasi secara mudah dan akurat ketika perusahaan telah mengetahui perilaku biayanya (Riwayadi, 2016:93-94). Oleh karena itu, perusahaan perlu mengklasifikasikan biaya berdasarkan perilakunya untuk memudahkan perusahaan dalam menghitung dan merencanakan biaya.

Pada umumnya biaya akan dilihat perilakunya berdasarkan jumlah total dalam kaitannya dengan perubahan pemicu biaya (cost driver) yang diklasifikasikan kedalam biaya tetap (fixed cost), biaya variabel (variable cost), dan biaya semi variabel (semivariable cost) (Kurniawan, 2017). Biaya tetap merupakan jenis biaya yang tidak akan mengalami perubahan jumlah total seiring dengan naik turunnya produk yang dihasilkan. Sedangkan dalam biaya variabel, total biaya akan mengalami perubahan atau selalu tetap berapapun produk yang dihasilkan. Biaya semi variabel merupakan suatu jenis biaya yang mengandung komponen biaya variabel dan biaya tetap.

Klasifikasi biaya berdasarkan perilakunya tersebut dapat digunakan perusahaan dalam menghitung harga pokok produksi, dimana harga pokok produksi dapat dihitung dengan metode full costing dan variable costing. Dalam pendekatan full costing atau yang juga dikenal sebagai biaya absorpsi, harga pokok produk akan sama jumlah dan komponennya dengan biaya pabrik termasuk biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik; sedangkan pendekatan variable costing harga pokok produk hanya terdiri dari biaya-biaya variable saja (Samryn, 2012:31). Setelah harga pokok produksi diketahui, perusahaan dapat dengan mudah untuk menetapkan harga jual.

Harga merupakan salah satu faktor yang masih menimbulkan masalah bagi perusahaan, mengingat harga pesaing yang semakin bervariasi (Zuhroh & Pratiwi, 2014). Penentuan harga jual sangat berpengaruh untuk mempertahankan kelangsungan usaha. Harga jual yang ditawarkan perusahaan harus tepat, karena jika harga jual yang ditawarkan terlalu tinggi maka konsumen akan berfikir ulang ketika akan membeli produk tersebut dan beralih ke perusahaan lain, namun jika harga jual yang ditawarkan terlalu rendah maka keuntungan yang diperoleh perusahaan menjadi lebih rendah dan biaya yang telah dikeluarkan perusahaan tidak dapat tertutup bahkan dapat mengakibatkan kerugian.

Dalam menentukan harga jual berdasarkan biaya, terdapat tiga metode yang digunakan yaitu *cost-plus pricing*, *markup pricing*, dan penentuan harga oleh produsen (Swastha, 2010:154). Penentuan harga jual *cost-plus pricing* menggunakan biaya atau harga pokok produk sebagai dasar penentuan ditambah dengan persentase keuntungan yang diharapkan. Penentuan harga jual *markup pricing* digunakan untuk perusahaan dagang dengan menambahkan markup yang diinginkan pada harga beli per satuan. Sedangkan penentuan harga oleh produsen memiliki peranan penting dalam menentukan harga akhir produk dipasaran.

Dalam menetapkan harga jual produknya, UD. Sinar Terang Beton menggunakan metode penentuan harga oleh produsen, tanpa menghitung berapa besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi setiap jenis produk atau harga pokok produk. Perusahaan pernah melakukan perhitungan harga pokok produk pada awal tahun 2015 dengan mengestimasi biaya bahan baku dan ditambah dengan biaya tenaga kerja tanpa memperhitungkan biaya overhead tetap ataupun variabel. Namun, dokumen perhitungan tersebut telah hilang akibat renovasi kantor. Hingga saat ini, perusahaan belum pernah menghitung lagi harga pokok untuk setiap jenis produk.

Informasi harga pokok produk sangat penting bagi perusahaan untuk menentukan harga jual yang akan datang dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* sehingga harga yang ditetapkan menjadi lebih akurat, tidak terlalu rendah ataupun terlalu tinggi. Selain itu, informasi harga pokok produk dapat digunakan

perusahaan untuk mengetahui berapa laba atau keuntungan yang diperoleh perusahaan. Harga jual yang ditetapkan oleh UD. Sinar Terang Beton dihitung dengan menambahkan sejumlah markup yang berbeda-beda untuk setiap produknya. Karena banyaknya jenis produk yang diproduksi oleh perusahaan, maka dalam penelitian ini akan berfokus pada berbagai jenis produk paving. Harga jual produk paving yang ditetapkan perusahaan pada tahun 2019 disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Harga Jual Paving Januari Tahun 2019

Jenis Paving	Warna	Ukuran	Harga Jual
Paving segi-enam	Abu-abu	21 x 21 x 6 cm	Rp51.000,00
Paving segi-enam	Merah	21 x 21 x 6 cm	Rp60.000,00
Paving bata	Abu-abu	10,5 x 21 x 6 cm	Rp51.000,00
Paving bata	Merah	10,5 x 21 x 6 cm	Rp60.500,00
Paving bata	Abu-abu	10,5 x 21 x 8 cm	Rp63.500,00
Paving bata	Merah	10,5 x 21 x 8 cm	Rp72.500,00

Sumber: Price List UD. Sinar Terang Beton

Sebelum terjadi kenaikan harga jual pada tahun 2019 ini, harga jual yang digunakan pada tahun 2018 lalu merupakan harga jual yang dihitung pada awal tahun 2017 dengan menambahkan sejumlah markup dari harga jual pada awal tahun 2015. Penentuan harga jual dengan metode ini memiliki resiko yang cukup besar bagi perusahaan, karena perusahaan tidak mengetahui berapa besarnya biaya untuk memproduksi setiap jenis paving, sehingga keuntungan yang diperoleh perusahaan tidak pasti. Hal ini menyebabkan adanya kemungkinan bahwa harga yang ditetapkan tidak mampu menutup seluruh biaya yang ada sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Selain itu, penetapan harga dengan cara ini menyebabkan perusahaan tidak mengetahui berapa besarnya keuntungan yang diperoleh dari setiap jenis produk. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menghitung kembali harga pokok produksi pada UD. Sinar Terang Beton berdasarkan penggolongan perilaku biayanya dan Untuk dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan harga jual pada UD. Sinar Terang Beton

KAJIAN LITERATUR

Biaya

Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang dan jasa yang diharapkan membawa manfaat saat ini atau masa depan bagi organisasi (Hansen & Mowen, 2007:35).

Informasi mengenai biaya harus dapat diklasifikasikan sesuai dengan informasi yang diperlukan agar bermanfaat untuk berbagai tingkatan manajemen. Klasifikasi biaya yang paling umum digunakan menurut Carter (2009:40-47):

1. Biaya dalam hubungannya dengan produk
2. Biaya dalam hubungannya dengan volume produksi
3. Biaya dalam hubungannya dengan departemen produksi atau segmen lain
4. Biaya dalam hubungannya dengan periode akuntansi
5. Biaya dalam hubungannya dengan suatu keputusan, tindakan, atau evaluasi

Perilaku Biaya

Perilaku biaya adalah bagaimana suatu biaya akan merespon perubahan yang terjadi dalam aktivitas perusahaan jika tingkat kegiatan produksi mengalami kenaikan atau penurunan (Lasut, 2015). Sehingga hubungan antara biaya dan aktivitas dikenal sebagai perilaku biaya, sedangkan struktur biaya perusahaan mengacu pada kompilasi atau sifat dari biaya produksinya apakah tetap, variabel, atau semivariabel (Oberholzer & Ziemerink, 2004).

Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah total dari biaya-biaya baik biaya tetap maupun biaya variabel yang terjadi dalam mengolah bahan baku menjadi produk jadi (Sari & Nasution, 2018).

Tujuan penetapan harga pokok produksi (Gunawan, dkk., 2016) yaitu untuk memenuhi keperluan pelaporan eksternal, sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan mengenai harga dan strategi

produk, memantau realisasi biaya produksi, menghitung laba atau rugi periodik, serta menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Harga pokok produksi dihitung dengan menjumlah semua unsur biaya produksi, baik biaya produksi yang berperilaku tetap maupun yang berperilaku variabel (Mulyadi, 2007:121). Terdapat dua metode dalam menentukan harga pokok produksi (Mulyadi, 2007:122-123), yaitu:

1. Metode kalkulasi biaya penuh (*full costing*)
2. Metode kalkulasi biaya variabel (*variable costing*)

Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atas jasa tersebut (Kotler & Keller, 2009:439).

Metode penentuan harga jual berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana menurut Swastha (2010:154), yaitu:

- a. *Cost-plus pricing method*
- b. *Mark up pricing method*
- c. Penentuan harga oleh produsen

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya sebenarnya yang dikeluarkan dalam memproduksi berbagai jenis paving dengan menganalisis biaya berdasarkan perilakunya sehingga harga pokok produk dan harga jual yang ditetapkan pada UD. Sinar Terang Beton menjadi tepat dan akurat.

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari narasumber tanpa media perantara serta diperoleh melalui kegiatan wawancara dan observasi pada UD. Sinar Terang Beton dan data sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari perusahaan berupa data-data dan dokumen pendukung penelitian seperti data biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.

Ruang Lingkup (Fokus Penelitian)

Penelitian ini difokuskan pada perhitungan harga pokok produk dengan menggunakan informasi biaya berdasarkan perilakunya yang dihitung dengan metode *full costing* dan *variable costing*, serta perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* pada UD. Sinar Terang Beton. Untuk membatasi penelitian, peneliti menggunakan dua jenis produk yaitu paving segi-enam dan paving bata yang disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Jenis Paving yang Diteliti

Warna	Ukuran	Mesin
Paving segi enam merah	21x21x6	Hidrolis/K-200
Paving segi enam abu-abu	21x21x6	Hidrolis/K-200
Paving bata merah	10,5x21x6	Multi/K-300
Paving bata abu-abu	10,5x21x6	Multi/K-300
Paving bata merah	10,5x21x8	Multi/K-300
Paving bata abu-abu	10,5x21x8	Multi/K-300

Sumber: UD. Sinar Terang Beton

Metode Analisis

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak pengumpulan data berlangsung hingga pengumpulan data dirasa cukup untuk melaksanakan penelitian dengan melakukan aktivitas reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UD. Sinar Terang Beton merupakan perusahaan dagang, sekaligus manufaktur serta melayani berbagai jasa terkait pemasangan dan pengiriman. Penelitian ini berfokus pada perhitungan harga pokok produk dan harga jual paving yang diproduksi dengan menggunakan mesin K-200 berupa paving segi-enam dan K-300 berupa paving bata.

Pengelompokan biaya berdasarkan perilakunya

Pengelompokan biaya berdasarkan perilakunya dapat mempermudah perusahaan memprediksi biaya tertentu akibat perubahan aktivitas produksi. Informasi biaya tersebut dapat digunakan untuk menghitung harga pokok produk baik dengan metode *full costing* maupun *variable costing*.

Tabel 3. Pengelompokan biaya berdasarkan perilakunya

Biaya Variabel	Biaya Tetap
Biaya Produksi	
Bahan Baku	Overhead Pabrik Tetap
Abu batu	Penyusutan mesin
Semen	Service mesin molen
Pasir ayak + semen	Penggantian matrass
<i>Iron red oxide</i>	
Tenaga Kerja Langsung	
Overhead Pabrik Variabel	
Listrik pabrik	
Biaya Non-Produksi	
	Administrasi dan Umum
	Gaji karyawan
	Listrik kantor
	Telepon
	Alat Tulis Kantor
	Tabung pemadam
	Pemasaran
	Bensin sales

Sumber: Hasil olahan peneliti

Perilaku biaya merupakan suatu kondisi dimana biaya dipengaruhi oleh perubahan dalam aktivitas perusahaan ketika produksi mengalami kenaikan maupun penurunan. Perilaku biaya dapat digolongkan menjadi biaya variabel yaitu biaya yang mengalami perubahan seiring aktivitas perusahaan dengan kata lain jika aktivitas tersebut dihentikan maka tidak ada biaya lagi dan biaya tetap yaitu biaya yang tidak mengalami perubahan meski terjadi perubahan aktivitas perusahaan.

Pada tabel 3., biaya yang digunakan dalam memproduksi paving dikelompokkan menjadi biaya variabel dan biaya tetap, yang termasuk dalam biaya variabel yaitu biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan sebagian *overhead* pabrik yang dipengaruhi oleh tingkat produksi paving yaitu listrik pabrik. Sedangkan yang termasuk dalam biaya tetap yaitu sebagian biaya *overhead* pabrik seperti biaya penyusutan mesin, biaya service molen, dan biaya penggantian matrass. Sedangkan biaya administrasi dan umum, serta biaya pemasaran merupakan biaya non-produksi sehingga tidak dilibatkan dalam perhitungan harga pokok produk. Pengelompokan biaya berdasarkan perilakunya ini dapat mempermudah dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* maupun *variable costing*.

Perhitungan Harga Pokok Produk Metode *Full Costing* dan *Variable Costing*

Perhitungan harga pokok produksi sudah pernah dilakukan oleh perusahaan pada tahun 2015 namun karena adanya renovasi bangunan, dokumen perhitungan harga pokok produk perusahaan hilang. Perhitungan yang pernah dilakukan tersebut masih belum merinci semua biaya yang digunakan. Biaya yang digunakan dalam perhitungan harga pokok produk hanya meliputi biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, perhitungan harga pokok produk menurut perusahaan disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Pehitungan Harga Pokok Produk Metode Perusahaan

No.	Jenis Biaya Produksi	Biaya Per Unit Produk					
		K-200 (Segi-Enam)		K-300 (Bata)			
		6 cm		6 cm		8 cm	
		Abu-Abu	Merah	Abu-Abu	Merah	Abu-Abu	Merah
1	Biaya Bahan Baku						
	Abu Batu	Rp 349	Rp 349	Rp 214	Rp 214	Rp 291	Rp 291
	Semen	Rp 269	Rp 269	Rp 239	Rp 239	Rp 358	Rp 358
	Pasir Ayak + Semen	Rp 153	Rp 153	Rp 130	Rp 130	Rp 233	Rp 233
	Iron Oxide		Rp 67		Rp 38		Rp 38
	Total Biaya Bahan Baku	Rp 770	Rp 837	Rp 583	Rp 621	Rp 882	Rp 920
2	Tenaga Kerja Langsung						
	Tenaga Kerja Langsung	Rp 150	Rp 170	Rp 83	Rp 83	Rp 83	Rp 83
	Total Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 150	Rp 170	Rp 83	Rp 83	Rp 83	Rp 83
	TOTAL BIAYA PER UNIT	Rp 920	Rp 1,007	Rp 666	Rp 704	Rp 965	Rp 1,003
	Biaya Produksi per m²	Rp 24,853	Rp 27,193	Rp 29,305	Rp 30,993	Rp 42,462	Rp 44,150

Sumber: Hasil wawancara, (diolah)

Dari tabel 4., dapat dilihat bahwa harga pokok produksi paving menurut perhitungan perusahaan untuk produk paving segi-enam warna abu-abu adalah sebesar Rp24.853,00, paving segi-enam warna merah adalah Rp27.197,00, paving bata ukuran 6 cm warna abu-abu adalah Rp29.3025,00, paving bata ukuran 6 cm warna merah adalah Rp30.993,00, paving bata ukuran 8 cm warna abu-abu adalah Rp42.452,00, dan paving bata ukuran 8 cm warna merah adalah Rp44.150,00. Perhitungan harga pokok produk tersebut menggunakan produksi rata-rata perhari untuk menghitung banyaknya biaya bahan baku yang digunakan. Sedangkan biaya tenaga langsung yang ditetapkan perusahaan dihitung berdasarkan unit yang diproduksi.

Perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* menggunakan seluruh biaya produksi baik yang bersifat variabel maupun tetap yang disajikan pada tabel 5. Pada tabel 5., dapat diketahui besarnya biaya per unit dan biaya per m² yang dikeluarkan untuk memproduksi setiap jenis produk dengan menggunakan metode *full costing*. Biaya produksi yang dikeluarkan untuk paving segi-enam warna abu-abu sebesar Rp978,00 per unit dan Rp26,402,00 per m², paving segi-enam warna merah sebesar Rp1.065,00 per unit dan Rp28.742,00 dimana setiap m² paving segi-enam berisikan 27 unit paving. Sedangkan biaya produksi yang dikeluarkan untuk paving bata ukuran 6 cm warna abu-abu sebesar Rp703,00 per unit dan Rp 30.915,00 per m², paving bata ukuran 6 cm warna merah sebesar Rp741,00 per unit dan Rp 32.603,00 per m², paving bata ukuran 8 cm warna abu-abu sebesar Rp964,00 per unit dan Rp 42.424,00 per m², paving bata ukuran 8 cm warna merah sebesar Rp1.003,00 per unit dan Rp 44.112,00 per m² dimana setiap m² terdapat 44 unit paving bata.

Perhitungan harga pokok produk dengan menggunakan metode *variable costing* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan metode *full costing*. Hal yang membedakan yaitu pada metode *variable costing* tidak terdapat biaya penyusutan, biaya service mesin molen, dan biaya penggantian matrass, dimana biaya ini tidak dipengaruhi oleh tingkat perubahan aktivitas produksi di perusahaan.

Proses perhitungan biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead tetap sama dengan perhitungan pada metode *full costing* tanpa menggunakan biaya *overhead* variabel. Sehingga perhitungan harga pokok produk dengan metode *variable costing* dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 5. Perhitungan Harga Pokok Produksi Metode Full Costing

No.	Jenis Biaya Produksi	Biaya Per Unit Produk					
		Segi-enam (K-200)		Bata (K-300)			
		6 cm		6 cm		8 cm	
		Abu-Abu	Merah	Abu-Abu	Merah	Abu-Abu	Merah
1	Biaya Bahan Baku						
	Abu Batu	Rp 349	Rp 349	Rp 214	Rp 214	Rp 291	Rp 291
	Semen	Rp 269	Rp 269	Rp 239	Rp 239	Rp 358	Rp 358
	Pasir Ayak + Semen	Rp 153	Rp 153	Rp 130	Rp 130	Rp 195	Rp 195
	Iron Oxide		Rp 67		Rp 38		Rp 38
	Total Biaya Bahan Baku	Rp 770	Rp 837	Rp 583	Rp 621	Rp 845	Rp 883
2	Tenaga Kerja Langsung						
	Tenaga Kerja Langsung	Rp 150	Rp 170	Rp 83	Rp 83	Rp 83	Rp 83
	Total Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 150	Rp 170	Rp 83	Rp 83	Rp 83	Rp 83
3	Biaya Overhead Variabel						
	Listrik	Rp 42	Rp 42	Rp 23	Rp 23	Rp 23	Rp 23
	Biaya Overhead Tetap						
	Penyusutan Mesin	Rp 6	Rp 6	Rp 10	Rp 10	Rp 10	Rp 10
	Service mesin molen	Rp 10	Rp 10	Rp 1	Rp 1	Rp 1	Rp 1
	Penggantian Matras	Rp -	Rp -	Rp 2	Rp 2	Rp 2	Rp 2
	Total Biaya Overhead	Rp 57	Rp 57	Rp 37	Rp 37	Rp 37	Rp 37
TOTAL BIAYA PER UNIT	Rp 978	Rp 1,065	Rp 703	Rp 741	Rp 964	Rp 1,003	
Biaya Produksi per m2	Rp 26,402	Rp 28,742	Rp 30,915	Rp 32,603	Rp 42,424	Rp 44,112	

Sumber: Hasil olahan peneliti

Tabel 6. Perhitungan Harga Pokok Produksi Metode Variable Costing

No.	Jenis Biaya Produksi	Biaya Per Unit Produk					
		K-200 (Segi-Enam)		K-300 (Bata)			
		6 cm		6 cm		8 cm	
		Abu-Abu	Merah	Abu-Abu	Merah	Abu-Abu	Merah
1	Biaya Bahan Baku						
	Abu Batu	Rp 349	Rp 349	Rp 214	Rp 214	Rp 291	Rp 291
	Semen	Rp 269	Rp 269	Rp 239	Rp 239	Rp 358	Rp 358
	Pasir Ayak + Semen	Rp 153	Rp 153	Rp 130	Rp 130	Rp 195	Rp 195
	Iron Oxide		Rp 67		Rp 38		Rp 38
	Total Biaya Bahan Baku	Rp 770	Rp 837	Rp 583	Rp 621	Rp 845	Rp 883
2	Tenaga Kerja Langsung						
	Tenaga Kerja Langsung	Rp 150	Rp 170	Rp 83	Rp 83	Rp 83	Rp 83
	Total Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 150	Rp 170	Rp 83	Rp 83	Rp 83	Rp 83
3	Biaya Overhead Variabel						
	Listrik	Rp 42	Rp 42	Rp 23	Rp 23	Rp 23	Rp 23
	Total Biaya Overhead	Rp 42	Rp 42	Rp 23	Rp 23	Rp 23	Rp 23
TOTAL BIAYA PER UNIT	Rp 962	Rp 1,049	Rp 689	Rp 727	Rp 951	Rp 989	
Biaya Produksi per m2	Rp 25,974	Rp 28,314	Rp 30,315	Rp 32,002	Rp 41,824	Rp 43,511	

Sumber: Hasil olahan peneliti

Pada tabel 6., dapat diketahui besarnya biaya per unit dan biaya per m² yang dikeluarkan untuk memproduksi setiap jenis produk dengan menggunakan metode *variable costing*. Biaya produksi yang dikeluarkan untuk paving segi-enam warna abu-abu sebesar Rp962,00 per unit dan Rp25,974,00 per m², paving segi-enam warna merah sebesar Rp1.049,00 per unit dan Rp28.314,00 dimana setiap m² paving segi-enam berisikan 27 unit paving. Sedangkan biaya produksi yang dikeluarkan untuk paving bata ukuran 6 cm warna abu-abu sebesar Rp689,00 per unit dan Rp 30.315,00 per m², paving bata ukuran 6 cm warna merah sebesar Rp727,00 per unit dan Rp 32.002,00 per m², paving bata ukuran 8 cm warna abu-abu sebesar Rp951,00 per unit dan Rp 41.824,00 per m², paving bata ukuran 8 cm warna merah sebesar Rp989,00 per unit dan Rp 4.511,00 per m² dimana dalam setiap m² terdapat 44 unit paving bata.

Perbandingan Harga Pokok Produk per unit Metode Perusahaan, *Full Costing* dan *Variable Costing*

Untuk mengetahui perbedaan harga pokok produk per unit dengan metode perusahaan, *full costing*, dan *variable costing* disajikan pada tabel 7.

Tabel 7. Perbandingan Harga Pokok Produk per Unit Metode Perusahaan, *Full Costing*, dan *Variable Costing*

Produk			Harga Pokok Produk per Unit		
			Perusahaan	<i>Full Costing</i>	<i>Variable Costing</i>
Paving Segi-enam	6 cm	Abu-abu	Rp 920	Rp 978	Rp 962
		Merah	Rp 1,007	Rp 1,065	Rp 1,049
Paving Bata	6 cm	Abu-abu	Rp 666	Rp 703	Rp 689
		Merah	Rp 704	Rp 741	Rp 727
	8 cm	Abu-abu	Rp 928	Rp 964	Rp 951
		Merah	Rp 966	Rp 1,003	Rp 989

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dari tabel 7., dapat diketahui bahwa hasil perhitungan harga pokok produk paving per unit dengan metode perusahaan merupakan yang paling rendah jika dibandingkan dengan metode perhitungan harga pokok produk per unit yang lainnya. Rendahnya harga pokok produk paving per unit tersebut dikarenakan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan tidak menghitung biaya overhead pabrik baik yang bersifat variabel maupun tetap. Sedangkan perhitungan harga pokok produk per unit yang paling tinggi menggunakan metode *full costing*, hal ini dikarenakan metode ini memasukkan seluruh biaya baik yang bersifat tetap maupun variabel sehingga perhitungan biaya menjadi lebih akurat.

Perhitungan Harga Jual Metode *Cost-Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing* dan *Variable Costing*

Setelah harga pokok produk per unit diketahui, peneliti menghitung harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dan *variable costing*. Metode ini merupakan cara untuk menetapkan harga jual menggunakan biaya sebagai dasar. Dalam menentukan harga jual produk paving, metode yang digunakan yaitu penentuan harga jual *cost-plus pricing* dimana total biaya produksi ditambahkan dengan persentase laba yang diinginkan oleh perusahaan.

Hal yang membedakan antara perhitungan harga jual *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dan *variable costing* terletak pada besarnya biaya overhead pabrik dalam perhitungan harga pokok produksi. Dalam menghitung besarnya harga jual menggunakan total biaya dimana biaya produksi dikalikan dengan besarnya *markup* atau persentase keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan.

Tabel 8. Perhitungan Harga Jual *Cost-Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing*

Keterangan	Jenis Produk					
	K-200		K-300			
	6 cm		6 cm		8 cm	
	Abu-abu	Merah	Abu-abu	Merah	Abu-abu	Merah
Biaya produksi	10,235,160	11,151,270	80,308,800	84,656,000	114,514,400	118,861,600
Persentase <i>Markup</i>	65%	68%	56%	59%	47%	51%
Perhitungan harga jual:						
Total biaya	10,235,160	11,151,270	80,308,800	84,656,000	114,514,400	118,861,600
<i>Markup</i> % x Total Biaya	6,632,199	7,589,015	44,839,354	50,170,926	53,758,173	60,597,720
Jumlah harga jual	16,867,359	18,740,285	125,148,154	134,826,926	168,272,573	179,459,320
Volume produk	10,530	10,530	114,400	114,400	114,400	114,400
Harga jual per unit	1,602	1,780	1,094	1,179	1,471	1,569
Harga jual per m2	43,250	48,052	48,134	51,857	64,720	69,023

Sumber: Hasil olahan peneliti

Perhitungan harga jual pada tabel 8. menggunakan pendekatan *full costing* dimana besarnya biaya produksi dihitung dengan menggunakan metode *full costing*. Besarnya harga jual per m² yang dihitung dengan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing* untuk produk paving segi-enam warna abu-abu sebesar Rp43.250,00, paving segi-enam warna merah sebesar Rp48.052,00, paving bata ukuran 6 cm warna abu-abu sebesar Rp48.134,00, paving bata ukuran 6 cm warna merah sebesar Rp51.857,00, paving bata ukuran 8 cm warna abu-abu sebesar Rp64.720,00 dan paving bata ukuran 8 cm warna merah sebesar Rp69.023,00. Sedangkan perhitungan harga jual menggunakan pendekatan *variable costing* disajikan pada tabel 9.

Tabel 9. Perhitungan Harga Jual Cost-Plus Pricing dengan Pendekatan Variable Costing

Keterangan	Jenis Produk					
	Segi-enam (K-200)		Bata (K-300)			
	6 cm		6 cm		8 cm	
	Abu-abu	Merah	Abu-abu	Merah	Abu-abu	Merah
Biaya produksi	10,129,860	11,045,970	78,821,600	83,168,800	113,027,200	118,518,400
Persentase Markup	65%	68%	56%	59%	47%	51%
Perhitungan harga jual:						
Total biaya	10,129,860	11,045,970	78,821,600	83,168,800	113,027,200	118,518,400
Markup % x Total Biaya	6,563,967	7,517,353	44,008,996	49,289,545	53,060,015	60,422,751
Jumlah harga jual	16,693,827	18,563,323	122,830,596	132,458,345	166,087,215	178,941,151
Volume produk	10,530	10,530	114,400	114,400	114,400	114,400
Harga jual per unit	1,585	1,763	1,074	1,158	1,452	1,564
Harga jual per m²	42,805	47,598	47,243	50,946	63,880	68,824

Sumber: Hasil olahan peneliti

Perhitungan harga jual pada tabel 9. menggunakan pendekatan *variable costing* dimana besarnya biaya produksi dihitung dengan menggunakan metode *variable costing*. Besarnya harga jual per m² yang dihitung dengan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *variable costing* untuk produk paving segi-enam warna abu-abu sebesar Rp42.805,00, paving segi-enam warna merah sebesar Rp47.598,00, paving bata ukuran 6 cm warna abu-abu sebesar Rp47.243,00, paving bata ukuran 6 cm warna merah sebesar Rp50.946,00, paving bata ukuran 8 cm warna abu-abu sebesar Rp63.880,00 dan paving bata ukuran 8 cm warna merah sebesar Rp68.824,00.

Berdasarkan informasi yang diperoleh, harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan menggunakan metode penentuan harga jual oleh produsen, dimana harga jual yang ditetapkan menggunakan harga jual produk sejenis dipasaran. Besarnya kenaikan harga/markup untuk setiap produk berbeda-beda, disesuaikan dengan harga dipasaran.

Tabel 10. Perhitungan Harga Jual Produk Paving Metode Perusahaan

No.	Produk	Uk.	Warna	Harga Jual				
				2015	Markup	2017	Markup	2019
1	Paving segi-enam	6 cm	Abu-abu	Rp 45,000	Rp 3,000	Rp 48,000	Rp 3,000	Rp 51,000
2	Paving segi-enam	6 cm	Merah	Rp 51,000	Rp 4,000	Rp 55,000	Rp 5,000	Rp 60,000
3	Paving bata	6 cm	Abu-abu	Rp 46,000	Rp 3,000	Rp 49,000	Rp 2,000	Rp 51,000
4	Paving bata	6 cm	Merah	Rp 53,500	Rp 4,000	Rp 57,500	Rp 2,500	Rp 60,000
5	Paving bata	8 cm	Abu-abu	Rp 60,000	Rp 2,500	Rp 62,500	Rp 1,000	Rp 63,500
6	Paving bata	8 cm	Merah	Rp 65,000	Rp 5,000	Rp 70,000	Rp 2,500	Rp 72,500

Sumber: Dokumen harga jual perusahaan (diolah)

Dari tabel 10, dapat dilihat bahwa perhitungan harga jual yang dilakukan oleh UD. Sinar Terang Beton dilakukan setiap dua tahun sekali dengan menambahkan sejumlah markup dari harga jual tahun sebelumnya. Pada tahun 2019 dilakukan dengan menambahkan markup yang disesuaikan dengan harga dipasaran sebesar Rp3.000,00 untuk produk paving segi enam warna abu-abu, Rp5.000,00 untuk produk paving segi-senam warnah merah, Rp2.000,00 untuk produk paving bata ukuran 6 cm warna abu-abu, Rp2.500,00 untuk produk paving bata ukuran 6 cm warna merah, Rp1.000,00 untuk produk paving bata

ukuran 8 cm warna abu-abu, dan Rp2.500,00 untuk paving bata ukuran 8 cm warna merah. Dikarenakan perusahaan masih belum PKP, sehingga produk yang dijual oleh perusahaan tidak ada PPN.

Untuk mengetahui perbedaan hasil perhitungan harga jual dengan menggunakan metode perusahaan, metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dan *variable costing* disajikan pada tabel 11.

Tabel 11. Perbandingan Harga Jual berdasarkan Pasar, Perusahaan, Metode Cost-Plus Pricing dengan Pendekatan Full costing dan Variable Costing

Produk			Harga Jual Produk per m ²			
			fast-indo.com	Perusahaan	Full Costing	Var. Costing
Paving Segi-enam	6 cm	Abu-abu	Rp 75,000	Rp 51,000	Rp 43,250	Rp 41,805
		Merah	Rp 90,000	Rp 60,000	Rp 48,052	Rp 47,598
Paving Bata	6 cm	Abu-abu	Rp 70,000	Rp 51,000	Rp 48,134	Rp 47,243
		Merah	Rp 80,000	Rp 60,000	Rp 51,857	Rp 50,946
	8 cm	Abu-abu	Rp 80,000	Rp 63,500	Rp 64,720	Rp 63,880
		Merah	Rp 90,000	Rp 72,500	Rp 69,023	Rp 68,842

Sumber: Hasil olahan peneliti

Dari tabel 11., dapat diketahui bahwa harga jual yang ditetapkan oleh pasaran cukup tinggi dimana harga jual per m² untuk paving segi-enam abu-abu sebesar Rp75.000,00, paving segi-enam warna merah sebesar Rp90.000,00, paving bata ukuran 6 cm warna abu abu sebesar Rp75.000,00, paving bata ukuran 6 cm warna merah sebesar Rp80.000,00, paving bata ukuran 8 cm warna abu-abu sebesar Rp80.000,00 dan paving bata ukuran 8 cm warna merah sebesar Rp90.000,00. Harga jual ini diperoleh melalui website www.fast-indo.com yang digunakan peneliti sebagai harga jual dipasaran.

Sedangkan harga jual yang ditetapkan perusahaan jauh lebih rendah daripada harga jual yang ditetapkan dipasaran, yaitu untuk paving segi-enam warna abu-abu sebesar Rp51.000,00 dengan selisih Rp24.000,00 dari harga pasaran, paving segi-enam warna merah sebesar Rp60.000,00 dengan selisih Rp30.000,00 dari harga jual pasaran, paving bata ukuran 6 cm warna abu-abu sebesar Rp51.000,00 dengan selisih Rp19.000,00 dari harga jual dipasaran, paving bata ukuran 6 cm warna merah sebesar Rp60.000,00 dengan selisih Rp20.000,00 dari harga jual dipasaran, paving bata ukuran 8 cm warna abu-abu sebesar Rp63.500,00 dengan selisih Rp16.500,00 dari harga jual dipasaran dan paving bata ukuran 8 cm warna merah sebesar Rp72.500,00 dengan selisih Rp17.500,00 dari harga jual dipasaran.

Namun harga jual perusahaan dibandingkan dengan hasil perhitungan harga jual peneliti dengan metode *cost-plus pricing* baik dengan pendekatan *full costing* maupun *variable costing*, sebagian besar harga jual perusahaan lebih tinggi daripada harga jual yang dihitung oleh peneliti kecuali untuk produk paving bata ukuran 8 cm warna abu-abu. Harga jual produk paving segi-enam warna abu-abu yang ditetapkan perusahaan sebesar Rp51.000,00 per m² sedangkan harga jual dengan pendekatan *full costing* sebesar Rp43.250,00 atau dibulatkan menjadi Rp43.300,00 dengan selisih Rp7.700,00, dan pendekatan *variable costing* sebesar Rp41.805,00 atau dibulatkan menjadi Rp41.800,00 dengan selisih Rp9.200,00. Harga jual paving segi-enam warna merah menurut perusahaan sebesar Rp60.000,00 sedangkan harga jual dengan pendekatan *full costing* sebesar Rp48.052,00 atau dibulatkan Rp48.100,00 dengan selisih Rp11.900,00 dan pendekatan *variable costing* sebesar Rp47.598,00 atau dibulatkan Rp47.600,00 dengan selisih Rp12.400,00.

Harga jual produk paving bata ukuran 6 cm warna abu-abu menurut perusahaan sebesar Rp51.000,00 dan pendekatan *full costing* sebesar Rp48.052,00 atau dibulatkan Rp48.000,00 dengan selisih RpRp2.900,00 dan pendekatan *variable costing* sebesar Rp47.243,00 atau dibulatkan Rp47.200,00 dimana terdapat selisih sebesar Rp3.800,00. Harga jual paving bata ukuran 6 cm warna merah menurut perusahaan sebesar Rp60.000,00 sedangkan harga jual dengan pendekatan *full costing* sebesar Rp51.857,00 atau dibulatkan Rp51.900,00 dengan selisih Rp8.000,00 dan pendekatan *variable costing* sebesar Rp50.946,00 atau dibulatkan Rp50.900,00 dengan selisih Rp9.000,00.

Harga jual produk paving bata ukuran 8 cm warna abu-abu menurut perusahaan lebih rendah yaitu sebesar Rp63.500,00 per m² sedangkan harga jual dengan pendekatan *full costing* sebesar Rp64.720,00 atau dibulatkan menjadi Rp64.700,00 dengan selisih Rp1.200,00 dan pendekatan *variable costing* sebesar Rp63.880,00 atau dibulatkan menjadi Rp65.600,00 dengan selisih Rp400,00. Harga jual produk paving bata

ukuran 8 cm warna merah menurut perusahaan sebesar Rp72.500,00 sedangkan harga jual dengan pendekatan *full costing* sebesar Rp69.023,00 atau dibulatkan Rp69.000,00 dengan selisih Rp3.500,00 dan pendekatan *variable costing* sebesar Rp68.842,00 atau dibulatkan Rp6.800,00 dengan selisih Rp3.500,00. Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga jual yang ditetapkan perusahaan dapat bersaing dipasaran dan dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan baik dalam kegiatan produksi maupun non-produksi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di UD. Sinar Terang Beton, dapat disimpulkan:

1. Harga pokok produksi per unit yang dihitung dengan metode menurut perusahaan lebih rendah, daripada menggunakan metode *full costing* atau *variable costing*. Hal ini dikarenakan perhitungan harga pokok produk perusahaan tidak melibatkan biaya *overhead* pabrik baik yang bersifat tetap maupun variabel.
2. Perhitungan harga jual perusahaan pada tahun 2019 dilakukan dengan menambahkan *markup* yang berbeda-beda untuk setiap jenis produk dari harga jual pada tahun 2017. Harga jual yang dihitung dengan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing* lebih tinggi daripada harga jual dengan pendekatan *variable costing*, karena biaya yang digunakan pada pendekatan *full costing* lebih lengkap daripada pendekatan *variable costing*.
3. Harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi daripada harga jual yang dihitung dengan metode *cost-plus pricing* baik dengan pendekatan *full costing* dan *variable costing*, kecuali produk paving bata ukuran 8 cm warna abu-abu.
4. Harga jual yang ditetapkan perusahaan saat ini mampu bersaing dipasaran karena harga jual perusahaan jauh lebih rendah daripada harga jual dipasaran serta harga jual perusahaan mampu menutup seluruh biaya produksi dan non-produksi.

Adapun saran yang dapat diberikan untuk UD. Sinar Terang Beton yaitu:

1. Mengingat pentingnya informasi harga pokok produk untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh, sebaiknya UD. Sinar Terang Beton menyusun harga pokok produk.
2. Sebaiknya perusahaan melakukan perhitungan harga jual setiap tahun dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, karena dalam pelaporan kepada pihak eksternal PSAK mengharuskan perusahaan untuk menggunakan metode *full costing*. Namun jika perusahaan ingin mengukur kinerja bagian produksi, sebaiknya menggunakan metode *variable costing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi. 2018. *Harga Paving Block per Meter Mulai 70.000*. Dalam <http://fast-indo.com/2018/05/08/harga-paving-per-meter/>
- Bustami, B., & Nurlela. (2013). *Akuntansi Biaya (4th ed.)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Carter, K. W. (2009). *Akuntansi Biaya Buku 1 (14th ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gunawan, Kurnia, S., & Hasibuan, M. S. (2016). Analisis Perhitungan HPP Menentukan Harga Penjualan yang Terbaik untuk UKM. *Jurnal Teknovasi*, 03(2), 10–16.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. (2007). *Managerial Accounting (8th ed.)*. USA: Thomson South-Western.
- Hargabeton. (2018). *Harga Paving Block Murah per Meter April 2019*. Dalam <https://hargabeton.com/harga-paving-block/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, D. (2017). Konsep Teoretis dan Praktik pada Biaya Produksi (Manufacturing Cost). *Jurnal Substansi*, 1, 1–24. <http://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/SUBS/article/download/207/158>
- Lasut, T. (2015). Analisis Biaya Produksi dalam Rangka Penentuan Harga Jual Makanan pada Rumah Makan Ragey Poppy di Tomohon. *Jurnal Emba*, 3(1), 43–51.
- Mulyadi. (2007). *Akuntansi Biaya (5th ed.)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Oberholzer, M., & Ziemerink, J. (2004). Cost Behaviour Classification and Cost Behaviour Structures of Manufacturing Companies. *Meditari Accountancy Research*, 12(1), 179–193. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-02-2014-0029>
- Riwayadi. (2016). *Akuntansi Biaya Pendekatan Tradisional dan Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Samryn, L. M. (2012). *Akuntansi Manajemen: Informasi Biaya untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi & Investasi (1st ed.)*. Jakarta: Kencana.
- Sari, Y., & Nasution, L. K. (2018). Analisis Penentuan Harga Jual dengan Metode Cost Plus Pricing dan Pengaruhnya terhadap Laba yang Dihasilkan pada UD Maju. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 85–97.
- Satuan, Harga Per. 2019. *Harga Paving Block/ Conblock per Meter Bulan April 2019*. Dalam <http://hargaper.com/harga-paving-block.html>
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Penjualan (3rd ed.)*. Yogyakarta: BPFE.
- Zuhroh, D., & Pratiwi, C. (2014). Penentuan Harga Jual Strategik Terhadap Produk dengan Strategi Biaya Rendah dan Diferensiasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 18(1), 133–142. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol18.iss1.art10>