**ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN METODE
FULL COSTING UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL
(Studi Kasus Pada UMKM Zuka Rasa Di Kabupaten Nganjuk)**

**Oleh:
Enik Sujati**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya
Jl. MT Haryono 165 Malang
Eniksujati0394@gmail.com**

**Dosen Pembimbing:
Toto Rahardjo
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing*. Dan penentuan harga jual dengan metode *mark-up pricing* pada UMKM Zuka Rasa Kabupaten Nganjuk yang memproduksi produk bawang goreng dan abon lele yang terjadi selama bulan Desember 2016. Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga pokok produksi produk bawang goreng menurut metode *full costing* yaitu Rp20,600/pcs lebih besar dari pada menurut perhitungan perusahaan yaitu seharga Rp 16,574.1 /pcs. Kemudian pada produk abon lele harga pokok produksi menurut metode *full costing* yaitu seharga Rp8,577/pcs lebih besar dari pada menurut perusahaan yaitu seharga Rp7,322.8/pcs. Sedangkan pada penentuan harga jual produk bawang goreng menurut perusahaan yaitu seharga Rp22,000/pcs lebih kecil dari pada penentuan harga jual menurut *mark-up pricing method* yaitu seharga Rp 24,321/pcs. Sedangkan pada penentuan harga jual produk abon lele menurut *mark-up pricing method* yaitu seharga Rp11,556.9/pcs lebih kecil dari pada penentuan harga jual menurut perusahaan yaitu seharga Rp15,000/pcs. Perusahaan belum memasukan dan membebankan seluruh biaya yang telah dikeluarkan, dengan hal tersebut menyebabkan perusahaan menderita "*Opportunity Loss*". Kedepannya diharapkan perusahaan dapat memperhitungkan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*, serta penetapan harga jual produk berdasarkan *mark-up pricing method* akan lebih akurat.

Kata Kunci: Biaya Produksi, Harga Pokok Produksi, *Full Costing*, Harga Jual, *Mark-up Pricing Method*.

**ANALYSIS ON THE COST OF GOODS MANUFACTURED USING FULL
COSTING METHOD TO DETERMINING SELLING PRICE**

(A Study on Zuka Rasa, an MSMME in Nganjuk)

By:

Enik Sujati

Faculty of Economic and Business, University of Brawijaya

Jl. MT Haryono 165 Malang

Eniksujati0394@gmail.com

Advisor:

Toto Rahardjo

Faculty of Economic and Business, University of Brawijaya

ABSTRACT

This research aims to analyze and explain the calculation of cost of goods manufactured using full costing method and the determination of the selling price using mark-up pricing method in Zuka Rasa, a micro, small, and medium enterprise in Nganjuk that produces fried onion and catfish floss. This descriptive research using case study approach took place in December 2016.

The result of research shows that the cost of goods manufactured of fried onion based on full costing method is IDR 20,600/pcs, which is higher than the calculation of the company, which is IDR 16,574.1/pcs. The cost of goods manufactured of catfish floss based on the full costing method is IDR 8,577/pcs, which is higher than the calculation of the company, which is IDR 7,322.8/pcs. The selling price of fried onion based on the calculation of the company is IDR 22,000/pcs, which is smaller than the calculation using mark-up pricing method, which is IDR 24,321/pcs. The selling price of the catfish floss based on mark-up pricing method is IDR 11,556.9/pcs, which is lower than the calculation of the company, which is IDR 15,000/pcs. The company has not included and inflicted all expenses incurred, causing an "Opportunity Loss" to the company. It is expected that the company calculate cost of goods manufactured using full costing method and determine selling price using markup pricing method for better calculation accuracy.

Keyword: Production cost, cost of goods manufactured, full costing, selling price, Mark-up pricing method.

1. PENDAHULUAN

Pada perkembangan ekonomi suatu negara di era modern akan mempengaruhi berbagai bidang usaha. Baik usaha pada industri yang berskala besar maupun berskala kecil. Didukung oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih dimana akan berpengaruh pada persaingan industri bisnis. Industri yang berskala besar tentu telah matang dalam menghadapi kompetisi bisnis yang sering bergejolak, melainkan pada perkembangan dan perubahan dari berbagai faktor, seperti strategi bisnis yang telah terstruktur secara sistematis, sumber daya manusia yang telah profesional mengenai bisnis untuk menghadapi berbagai perkembangan dan kompetisi. Tetapi berbeda dengan industri yang berskala kecil dimana masih sangat rentan terhadap perkembangan dan kompetisi di dunia bisnis dalam era teknologi dan globalisasi.

Menurut (Arsyad Lincolin, 2004: 39) menyatakan dalam perannya industri kecil ini sesungguhnya memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap roda perekonomian nasional di suatu negara dalam hal pendapatan nasional (*National Income*) dan membantu mengurangi pengangguran (*Unemployment*) karena menciptakan lapangan pekerjaan baru. Industri berskala kecil ini biasanya dinamakan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). UMKM (Usaha Kecil Mikro dan Menengah) menurut Tambunan (2002: 16) merupakan sebuah industri penggerak kesejahteraan bagi masyarakat daerah, selain itu juga sebagai usaha yang dapat membantu masyarakat

kecil untuk memperoleh pekerjaan dan pendapatan bagi hidupnya. UMKM juga memanfaatkan berbagai sumber daya alam yang berpotensi di suatu daerah yang belum diolah secara komersial. UMKM dapat membantu mengolah sumber daya alam yang ada di setiap daerah, sehingga dapat menambah penghasilan masyarakat. Dengan hal tersebut UMKM dapat berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah PDB (*Produk Domestik Bruto*) maupun pendapatan nasional.

Pada tahun 2017 di era MEA (*Masyarakat Economic Asia*) ini telah memasuki pasar bebas dimana merambah ranah perekonomian nasional, sehingga pelaku usaha dalam industri berskala kecil harus bekerja secara ekstra untuk dapat bersaing. Dalam menghadapi MEA (*Masyarakat Economic Asia*) pelaku usaha industri kecil diharap mampu bertahan di negeri sendiri, serta dapat bersaing di pasar global. Pengembangan serta pemberdayaan UMKM adalah langkah yang strategis, apalagi kenyataannya UMKM memiliki peranan besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Sehingga dengan hal tersebut sumber daya manusia (*Human Resources*) akan lebih berkualitas untuk mengembangkan UMKM dan siap menghadapi persaingan (Prayoga Permana, 2016).

Dalam memproduksi suatu produk, UMKM perlu melakukan efisiensi biaya produksi untuk meminimalisir adanya kerugian, khususnya bagi UMKM yang mengandalkan modal sendiri. Jika terjadi kerugian terus menerus, maka jalan satu-satunya ialah meminjam dana eksternal. Menurut (Nila Maya:

2015) permasalahannya ialah kebanyakan dari UMKM sulit melakukan pinjaman dikarenakan jaminan oleh pihak eksternal yang tidak bisa dipenuhi oleh UMKM khususnya usaha kecil. Sehingga, dalam kegiatan menciptakan suatu produk, UMKM harus memperhatikan dan merencanakan dengan matang jumlah biaya yang dikeluarkan. Salah satu usaha yang akan menjadi perhatian dalam penelitian ini ialah industri pengolahan, dimana usaha yang mengubah input dasar (bahan mentah) menjadi produk (barang jadi) yang bisa dijual kepada konsumen.

Setiap perusahaan yang didirikan selalu memiliki tujuan untuk memperoleh laba, dimana laba bisa didapatkan secara maksimal saat perusahaan mengetahui berapa *margin* laba yang diinginkan dari barang-barang yang dijual ke konsumen, sehingga perusahaan harus mengetahui berapa besar biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan satu jenis produk. Unsur biaya produksi ini antara lain ialah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Setelah perusahaan menentukan biaya produksi, maka saat perusahaan memproduksi biaya yang dikeluarkan harus dikendalikan, agar produksi berjalan dengan efisien.

Pada UMKM sering kali tidak pernah membuat pelaporan keuangan, hal tersebut yang membuat UMKM mengalami kesulitan dalam perencanaan permodalan dan perkembangan laba di masa yang akan datang, sebab tidak diketahui data historis mengenai keuangan. Kemudian masalah yang sering terjadi di

UMKM adalah mengenai penentuan harga pokok produksi yang kurang tepat, permasalahan seperti ini akan menciptakan kesalahan yang fatal yang berakibat pada kegagalan dalam kewirahusahaan, selain itu juga menyebabkan kehilangan biaya kesempatan yang tidak dialokasikan secara tepat, hal ini akan mempengaruhi dalam efisiensi biaya dan penentuan harga jual suatu produk.

Analisis harga pokok produksi merupakan sebagai dasar untuk mengetahui dan mengelola biaya produksi yang telah dikeluarkan ketika proses produksi pada suatu produk, dimana juga berkaitan dengan proses produksi barang setengah jadi. Gorrison dan Norren, 2006: 104 menyatakan bahwa harga pokok produksi merupakan semua yang mencakup biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik yang terjadi selama periode tertentu dan berkaitan dengan barang setengah jadi menjadi produk jadi (*finish goods*) dan sebagai dasar untuk menentukan harga jual produk. Analisis harga pokok produksi dalam mengelola biaya produksi dapat menggunakan metode *full costing* dan *variabel costing*, serta terdapat metode alternatif yaitu *activity based costing*. Menurut Mulyadi (2005: 19) *full costing* yang dimaksudkan agar semua unsur biaya produksi diperhitungkan ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari unsur harga pokok produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* pabrik tetap). Hal ini akan lebih memudahkan pelaku usaha dalam perhitungan harga pokok produksi

untuk pelaporan eksternal, tanpa harus mengelompokan biaya sesuai dengan perilakunya. Kelebihan menggunakan metode *full costing* ialah metode ini lebih sesuai dengan kaidah akuntansi dalam jangka panjang, sebab dalam pembebanan biaya *overhead* pabrik baik bersifat tetap maupun variabel di bebaskan pada produk, sehingga dalam evaluasi struktur modal biaya *overhead* tidak terlihat rendah dan pembebanan dapat di bebaskan dalam periode berikutnya apabila persediaan belum laku terjual (Garison dan Noreen, 2009: 349).

Penentuan harga jual menurut Gorisson dan Norren, 2006: 532 merupakan penyeimbangan yang sensitiv dimana keuntungan dari pendapatan per unit yang lebih tinggi dilakukan dengan mengorbankan volume yang lebih rendah karena membebaskan harga jual lebih tinggi. Dalam penentuan harga jual menggunakan *mark-up* memiliki kelebihan ialah karena metode ini lebih memudahkan pelaku usaha dalam menentukan harga tanpa harus membuat penyesuaian terhadap permintaan, ketika semua pelaku usaha menggunakan metode *mark-up* harga cenderung sama, persaingan harga akan terminimalisasi (Kotler, 2008: 76).

Menurut (Badan Pusat Statistik, 2016) wilayah Nganjuk, jumlah UMKM industri pengolahan sekitar 1,114 unit dan industri kerajinan rumah tangga sekitar 15,275 unit di tahun 2015. Tahun 2016 mengalami kenaikan pada keduanya, industri pengolahan sebesar 1,146 unit dan industri kerajinan rumah tangga mengalami kenaikan sebesar 15,299 unit. Terdapat Industri pengolahan

makanan khas Nganjuk yang sudah tidak asing lagi antara lain; bawang goreng, abon lele dan krupuk kulit lele, sebagai buah tangan khas dari Nganjuk. Dalam beberapa tahun terakhir, *Diskoperindag* dan Dinas Perikanan wilayah kabupaten Nganjuk dan sekitarnya sedang mengembangkan usaha tersebut. Oleh karenanya untuk mengimbangi pengembangan usaha mikro, harus diikuti dengan pembekalan ilmu pengetahuan seputar Manajemen Bisnis dan Akuntansi Biaya sebagai pedoman dalam berusaha.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* untuk penentuan harga jual menggunakan metode *mark-up* pada UMKM Zuka Rasa di Kabupaten Nganjuk. Dimana UMKM Zuka Rasa belum membebaskan secara keseluruhan biaya *overhead* pabrik yang telah digunakan dan penentuan harga jual yang belum tepat. Metode ini dipilih karena penggunaannya lebih sederhana dan dapat digunakan dengan mudah oleh pelaku usaha. Sehingga judul yang digunakan dalam penelitian ini ialah **“Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Untuk Menentukan Harga Jual Pada Umkm Zuka Rasa Kabupaten Nganjuk”**

2. KAJIAN PUSTAKA

Pengertian UMKM menurut Badan Pusat Statistik adalah suatu unit usaha yang melakukan kegiatan ekonomi dengan tujuan menghasilkan produk berupa barang maupun jasa yang terletak pada suatu lokasi tertentu serta memiliki, catatan

administrasi produksi dan struktur biaya dan terdapat satu atau lebih orang yang bertanggung jawab atas usaha tersebut.

Menurut Undang-Undang No.20 Pasal 6 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai berikut:

a. Usaha Mikro

1. Kekayaan bersih yang dimiliki (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) yaitu maksimal sebesar Rp 50,000,000.00; atau
2. Hasil penjualan tahunan yang diperoleh maksimal sebesar Rp 300,000,000.00.

b. Usaha Kecil

1. Kekayaan bersih yang dimiliki (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) yaitu lebih dari Rp 50,000,000.00 hingga paling banyak Rp 500,000,000.00; atau
2. Hasil penjualan tahunan yang di peroleh lebih dari Rp 300.000.000,00 dan maksimal sebesar Rp 2,500,000,000.00

c. Usaha Menengah

1. Kekayaan bersih yang dimiliki (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) yaitu lebih dari Rp 500,000,000.00 hingga paling banyak Rp 10,000,000.000.00; atau
2. Hasil Penjualan tahunan yang diperoleh lebih dari Rp 2,500,000,000.00 dan maksimal sebesar Rp 50,000,000,000.00.

Dari beberapa penjelasan dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan usaha mandiri yang tidak menjadi bagian dari usaha berskala besar dan didirikan oleh satu orang atau lebih yang memiliki tenaga kerja, kekayaan bersih dan penjualan

tahunan (*omzet*) lebih rendah dibandingkan dengan jumlah tenaga kerja, kekayaan bersih dan penjualan tahunan dimiliki usaha berskala besar.

Pengertian biaya menurut Hasen dan Mowen (2004: 47) biaya adalah aset kas atau non kas yang di korbakan untuk barang dan jasa yang diharapkan keuntungannya bagi perusahaan pada masa sekarang dan masa akan datang. Sedangkan menurut Carter .K William, (2006: 30) biaya adalah Sebagai suatu nila tukar, pengeluaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat. Dari beberapa penjelasan dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya merupakan semua pengorbanan yang harus dilakukan untuk kegiatan proses produksi maupun non produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang telah terjadi maupun akan terjadi.

Pengertian biaya produksi menurut Hansen dan Mowen (2004: 45) adalah biaya yang berkaitan dengan proses produksi barang yang selanjutnya dapat digolongkan menjadi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Sedangkan menurut Carter William K. (2006: 181) menyatakan biaya produksi adalah akumulasi dari semua biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dengan tujuan menghasilkan barang atau produk. Dari beberapa pengertian disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan semua biaya yang di korban terakumulasikan dalam proses mengolah bahan mentah sampai menghasilkan barang jadi

atau produk hingga barang tersebut terdapat mempunyai nilai guna.

Pengertian Harga pokok produksi menurut (Garrison and Norren, 2006: 104) merupakan semua yang mencakup biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik yang terjadi selama periode tertentu dan berkaitan dengan barang setengah jadi.

Sedangkan Harga pokok produksi menurut Carter .K William (2006: 181) merupakan perhitungan biaya persediaan barang dalam proses dan semua biaya yang dapat dibebankan ke produk yang telah diselesaikan. untuk di akumulasikan selama periode berjalan.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah suatu akumulasi biaya-biaya yang terjadi dalam proses produksi meliputi; biaya produksi dan biaya barang dalam proses (*Work In Proses*) selama periode tertentu yang dibutuhkan oleh laporan manajemen internal sebagai laporan harga pokok produksi.

Pengertian harga pokok penjual menurut Carter dan Usry (2006: 72) adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual. Sedangkan harga pokok produksi menurut Hansen dan mowen, 2004: 60 merupakan biaya yang dikeluarkan dalam suatu proses produksi barang yang dapat dihubungkan secara langsung dengan aktivitas proses yang membuat produk barang siap jual. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa harga pokok

penjualan adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk hingga menjadi produk jadi (*finish good*) dan produk yang telah dijual.

Pengertian harga jual menurut Garrison dan Noreen (2006: 480) merupakan penyeimbang yang sensitif dimana keuntungan dari pendapatan per unit lebih tinggi dilakukan dengan mengorbankan volume yang lebih rendah karena membebankan harga yang lebih tinggi. Selain itu harga jual dapat di peroleh dari biaya produksi ditambahkan dengan persentase *mark up* atau laba”.

Sedangkan menurut Hansen & Mowen (2004: 633) harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase laba yang diinginkan oleh suatu perusahaan, sebab untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan, salah satu cara harus dapat menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual.

Dari penjelasan tersebut disimpulkan bahwa harga jual adalah tingkat atau besarnya nilai suatu produk yang dihasilkan setelah di tambah biaya-biaya untuk menghasilkan produk tersebut dengan pertimbangan harga pasar yang dinyatakan dengan jumlah satuan uang.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian deskriptif menurut Sekaran Uma (2003: 158) merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan menjadi

mampu menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi tertentu. Sedangkan pendekatan studi kasus menurut (Moh.Nazir, 2011: 54) adalah penelitian tentang status objek penelitian yang berkaitan mengenai suatu fase spesifik dari keseluruhan personalitas dan untuk subjek penelitian dapat berupa individu, kelompok lembaga maupun masyarakat.

Objek Penelitian

Objek penelitian yang diambil adalah UMKM Zuka Rasa yaitu salah satu usaha mikro kecil menengah di kota Nganjuk yang bergerak di bidang olahan makanan yaitu abon lele dan bawang goreng. UMKM Zuka Rasa Nganjuk beralamatkan di Desa Sukorejo Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk Jawa timur. Lingkup penelitian terbatas pada harga pokok produksi dan harga jual produk Abon Lele dan Bawang Goreng UMKM Zuka Rasa yang terjadi selama bulan Desember tahun 2016.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif menurut Muldrajad (2009: 124) adalah data yang dipaparkan dalam bentuk keputusan angka-angka atau dapat dihitung dengan satuan hitungan. Data kuantitatif diperoleh dari perusahaan secara *real*. Data yang digunakan adalah data biaya-biaya yang dikeluarkan UMKM Zuka Rasa dalam kegiatan produksi, baik biaya bersifat tetap maupun bersifat variabel pada bulan Desember 2016.

Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan yaitu data primer, menurut Sekaran Uma (2003:61) bahwa data primer adalah data yang diperoleh dari objek penelitian secara langsung, seperti observasi, wawancara, dan konsultasi terhadap pihak UMKM Zuka Rasa Nganjuk, terkait dengan data biaya produksi yang telah dikeluarkan, data aset tetap yang dimiliki, dan kondisi UMKM Zuka Rasa secara keseluruhan.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan studi lapangan (*field research*) dan Tinjauan Kepustakaan (*Library Research*). Menurut Sekaran Uma, (2003: 67) studi lapangan (*field research*) adalah Penelitian yang dilakukan secara langsung ke lokasi objek penelitian (perusahaan atau industry) untuk mendapat data primer berupa fakta-fakta yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dalam melakukan studi lapangan, penulis menggunakan teknik perolehan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung pada sumber data. Pada penelitian ini dilakukan pengamatan cara proses produksi oleh UMKM Zuka Rasa Nganjuk untuk memutuskan metode perhitungan harga pokok produksi yang paling sesuai dengan kondisi perusahaan.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung melalui lisan dan tatap muka secara langsung dengan narasumber. Pada penelitian ini, wawancara dilakukan dengan Ibu Nawiyah selaku pemilik usaha UMKM Zuka Rasa Nganjuk.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data terkait peristiwa yang terjadi di masa lampau yang dapat berupa gambar, tulisan, maupun data berbentuk laporan. Pada penelitian di UMKM Zuka Rasa dokumentasi yaitu berupa foto wawancara bersama pemilik UMKM Zuka Rasa, foto produk abon lele dan bawang goreng, foto peralatan, dan foto bukti transaksi.

Sedangkan Tinjauan Kepustakaan (*Library Research*) Menurut Sekaran Uma, 2003: 87 tinjauan pustaka adalah bahan yang tertulis berupa buku, jurnal yang membahas tentang topik yang hendak diteliti. Tinjauan pustaka membantu peneliti untuk melihat ide-ide, pendapat, dan kritikan tentang topik yang diteliti.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Pada penelitian ini, untuk dapat melakukan perhitungan harga pokok produksi untuk menetapkan harga jual pada unit produksi pada UMKM Zuka Rasa Nganjuk, terdapat beberapa variabel yang diperlukan antara lain:

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku pada penelitian ini adalah biaya terkait pemakaian bahan baku mencakup harga bahan baku dan biaya pembelian bahan baku yang digunakan sebagai bahan dasar untuk

memproduksi suatu unit produk jadi berupa abon lele dan bawang goreng.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung dalam penelitian ini adalah upaya tenaga kerja yang secara langsung melakukan aktivitas produksi abon lele dan bawang goreng.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *Overhead* Pabrik adalah biaya-biaya selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung yang mendukung kegiatan proses produksi secara tidak langsung. Biaya *Overhead* Pabrik mencakup biaya penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya bangunan, biaya depresiasi aktiva tetap, biaya angkut, biaya listrik, dan biaya lainnya yang mendukung proses produksi perusahaan secara tidak langsung.

4. Biaya Produksi

Biaya Pproduksi merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan ketika mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap di jual, terdiri bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

5. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi merupakan akumulasi dari biaya produksi yang telah diserap di unit yang telah selesai produksi pada periode yang diteliti baik yang dimulai di periode sebelumnya maupun unit yang baru dimulai di periode yang bersangkutan.

6. Harga Jual

Harga Jual adalah harga yang dapat menutupi semua biaya (biaya produksi dan biaya non produksi) di tambah dengan laba yang wajar dan dibebankan pada konsumen.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah metode deskriptif kuantitatif, menurut Sekaran Uma, 2003: 158 metode tersebut merupakan suatu analisis data yang merekomendasikan penyusunan harga pokok produksi yang dinyatakan dengan skala numerik atau angka. Metode ini dilakukan untuk menganalisis hasil perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan metode *Mark-up (Mark-up Pricing Method)* untuk menentukan harga jual.

Selain itu juga penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif menurut Sekaran Uma, 2003: 158 metode tersebut merupakan metode analisis data digunakan untuk membahas dan menerangkan hasil penelitian dengan mempertimbangkan dan membandingkan (analisis deskriptif komparatif). Metode ini dilakukan menggunakan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Wawancara dengan pihak pemilik UMKM Zuka Rasa Nganjuk
2. Data yang diambil adalah biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.
3. Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan jual dengan menggunakan metode *mark-up pricing*. Sebagai berikut tahapan-tahapan dalam penerapannya menurut Mulyadi (2005: 69) adalah :
 - a. Mengidentifikasi dan mendefinisikan biaya pada proses produksi baik yang bersifat tetap maupun bersifat variabel.
 - b. Merinci semua unsur-unsur biaya produksi mulai dari bahan baku langsung, biaya

tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik.

- c. Membebaskan biaya sesuai dengan metode perhitungan harga pokok produksi yang digunakan yaitu metode *full costing*.
- d. Merinci semua biaya *periodic*.
- e. Menentukan laba yang diinginkan perusahaan
- f. Menghitung mark-up dan harga jual.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perhitungan Harga Pokok Menurut Metode Perusahaan

a. Produk Bawang Goreng

Tabel 4.8
Biaya Produksi Bawang Goreng Sekali Produksi Bulan Desember 2016

Unsur Produksi	Jumlah sekali produksi (a)	Harga Per Unit (Rp) (b)	Jumlah (Rp) (c=a×b)
Bawang Merah (Kg)	15 Kg	Rp23,000	Rp345,000
Tenaga Kerja @ (Rp) 20,000	2orang	Rp20,000	Rp 40,000
Biaya Overhead Pabrik			Rp 62,500
Total Biaya Produksi			Rp 447,500
Jumlah produksi (Per Lembar/Pcs)	27Pcs		
Biaya Produksi Per Pcs			Rp16,574.1

Sumber: Data diolah data primer UMKM Zuka Rasa, 2017

Dari tabel 4.8 diperoleh informasi bahwa total biaya produksi untuk satu kali produksi produk bawang merah goreng mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp 447,500. Hal tersebut berarti total biaya produksi sama dengan harga pokok produksi, selama perusahaan tidak terdapat biaya barang dalam proses

(*work in process*). Sehingga harga pokok produksi bawang goreng per pcs adalah Rp16,574.1.

b. Produk Abon Lele

Tabel 4.11
Biaya Produksi Abon Lele Sekali
Produksi Bulan Desember 2016

Unsur Produksi	Jumlah sekali produksi (a)	Harga Per Unit (Rp) (b)	Jumlah (Rp) (c=axb)
Ikan Lele (Kg)	20Kg	Rp17,500	Rp350,000
Tenaga Kerja (Rp) @ Rp 20,000	2 orang	Rp20,000	Rp40,000
Biaya Overhead Pabrik	1 kali	Rp122,600	Rp122,600
Total Biaya Produksi			Rp512,600
Jumlah produksi (Per Pcs)	70 Pcs		
Biaya Produksi per pcs			Rp 7,322.8

Sumber: Data diolah data primer UMKM Zuka, 2017

Dari tabel 4.11 diperoleh informasi bahwa total biaya produksi untuk satu kali produksi dengan kapasitas 20 kg ikan lele akan mengeluarkan biaya sebesar Rp512,600. Hal tersebut berarti total biaya produksi sama dengan harga pokok produksi, selama perusahaan tidak terdapat biaya barang dalam proses (*work in process*). Sehingga dapat diketahui harga pokok produksi per pcs adalah Rp7,322.8. Dimana biaya yang dibebankan meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik.

Perhitungan Harga Pokok Menurut Metode *Full Costing*

a. Produk Bawang Goreng

Pada tabel 4.39 tersebut menunjukkan informasi bahwa biaya produksi bawang goreng per pcs adalah Rp20,600. Hal ini berarti bahwa biaya produksi sama dengan harga pokok produksi, selama perusahaan tidak terdapat biaya dalam proses (*work in process*). Biaya produksi per pcs bawang

goreng diperoleh dari total biaya produksi dalam satu bulan di bagi dengan jumlah produk yang diproduksi. Tabel berikut ini yang menjelaskan perhitungan biaya produksi bawang goreng yaitu:

Tabel 4.39
Biaya Produksi Bawang Goreng Pada
Bulan Desember 2016

Keterangan	Total Biaya (Rp)
Persediaan Awal	-
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp 9,810,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 480,000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp 2,502,659.5
Jumlah Biaya satu Bulan	Rp 12,792,659.5
Persediaan Akhir	-
Jumlah Produk yang di produksi	621 pcs
Biaya Produksi Per Pcs Bawang Goreng	Rp 20,000

Sumber: Data diolah dari data primer UMKM Zuka Rasa, 2017

b. Produk Abon Lele

Pada tabel 4.40 menunjukkan informasi mengenai biaya produksi abon lele per pcs adalah Rp 8,577. Hal ini berarti bahwa biaya produksi sama dengan harga pokok produksi, selama perusahaan tidak terdapat biaya dalam proses (*work in process*). Biaya produksi per pcs abon lele diperoleh dari total biaya produksi dalam satu bulan di bagi dengan jumlah produk yang diproduksi, penjelasannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.40
Biaya Produksi Abon Lele Pada
Bulan Desem 2016

Keterangan	Total Biaya (Rp)
Persediaan Awal	-
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp 5,250,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 480,000
Biaya Overhead Pabrik	Rp 3,275,895.8
Jumlah Biaya Satu Bulan	Rp 9,005,895.8
Persediaan Akhir	-
Jumlah Produk yang diproduksi	1,050 pcs
Biaya Produksi Per Pcs Abon Lele	Rp 8,577

Sumber: Data diolah dari data primer UMKM Zuka Rasa, 2017

Perhitungan Harga Jual Menurut Perusahaan

a. Harga Jual Bawang Goreng

UMKM Zuka Rasa menetapkan harga jual produk bawang goreng dengan melihat kondisi harga pasar, sehingga menyesuaikan apabila harga bahan baku naik, harga jual produk tersebut juga di naikan. Sebagai berikut pada tabel 4.41 menunjukkan informasi mengenai perhitungan harga jual pada UMKM Zuka Rasa:

Tabel 4.41

Harga Jual Bawang Merah Goreng Produksi Pada Bulan Desember 2016

Keterangan	(Q xP)	Total
Harga Jual yang ditentukan	27pcs x Rp 22,000	Rp 549,000
Biaya Bahan Baku	15 kg x Rp 23,000	(Rp345,000)
Biaya Bahan TKL	2 orang x Rp 20,000	(Rp 40,000)
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik		(Rp 62,500)
Total Biaya Produksi		(Rp447,500)
Laba usaha		Rp 146,500

Sumber: Data Diolah dari data primer UMKM Zuka Rasa, 2017

Jadi apabila UMKM Zuka Rasa melakukan sekali produksi dengan kapasitas 15 kg, jumlah produk yang dihasilkan yaitu 27 pcs akan menghasilkan laba sebesar Rp146,500, hal ini sebesar 32.7% dari biaya produksi. Laba yang di inginkan telah melebihi 20% dari yang di tentukan oleh UMKM Zuka Rasa.

b. Harga Jual Abon Goreng

UMKM Zuka Rasa menetapkan harga jual produk abon lele dengan melihat kondisi harga pasar, sehingga menyesuaikan apabila harga bahan baku naik, harga jual produk tersebut juga di naik,

namun harga bahan baku lele cenderung tetap. Sebagai berikut pada tabel 4.42 menunjukkan informasi mengenai perhitungan harga jual produk abon lele pada UMKM Zuka Rasa:

Tabel 4.42

Perhitungan Harga Jual Abon Lele Menurut Perusahaan dalam Sekali Produksi Pada Bulan Desember 2016

Keterangan	(Q xP)	Total
Harga Jual yang ditentukan	70 pcs x Rp 15,000	Rp 1,050,000
Biaya Bahan Baku	20 kg x Rp 17,500	(Rp 350,000)
Biaya Bahan TKL	2 orang x Rp 20,000	(Rp 40,000)
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik		(Rp 122,600)
Total Biaya Produksi		Rp 512,600
Laba usaha		Rp 537,400

Sumber: Data dolah dari data primer UMKM Zuka Rasa, 2017

Jadi apabila UMKM Zuka Rasa melakukan sekali produksi dengan kapasitas berat 20 kg, jumlah produk yang dihasilkan yaitu 70 pcs akan menghasilkan laba sebesar Rp537,400. Hal ini sebesar 104.8% dari biaya produksi. Laba yang di inginkan telah melebihi 20% dari yang di tentukan oleh UMKM Zuka Rasa, sehingga di rasa telah cukup oleh pemilik UMKM Zuka Rasa dalam memperkirakan penentuan harga jual produk bawang goreng untuk menutup biaya overhead tetap dan keuntungan.

Perhitungan Harga Jual dengan *Mark-Up Pricing Method*

a. Harga Jual Bawang Goreng

Pendekatan dalam penentuan harga jual yang menggunakan persentase *markup* ini disebut dengan perhitungan biaya *mark-up* (*mark-up pricing method*) karena persentase *markup* yang ditentukan

sebelumnya diterapkan pada dasar biaya yang telah di keluarkan untuk menentukan harga jual.

$$\text{Dimana Markup} = \frac{\text{Biaya Non Produksi} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\%$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya} + (\text{Biaya} \times \text{Presentase Mark-up})$$

Gambar 4.50
Perhitungan Harga Jual Bawang Goreng Pada Bulan Desember 2016

Keterangan	Perhitungan	Nominal
Biaya Produksi		Rp12,792,659.5
Presentase Mark-up (menambah)	(42.5%) x Rp5,437,708.7	Rp 2,311,026.2
Jumlah		Rp 15,103,685.7
Volume Produk (unit)	Rp 15,103,685.7 ÷ 621pcs	621pcs
Harga Jual per pcs		Rp 24,321.5

Sumber: Data diolah dari data primer UMKM Zuka Rasa, 2017

Berdasarkan tabel 4.50 menunjukkan informasi mengenai harga jual bawang goreng menurut metode *mark-up pricing* yaitu sebesar Rp 24,321.5 per pcs.

b. Harga Jual Abon Lele

Dalam penentuan harga jual yang menggunakan persentase *markup* ini disebut dengan perhitungan biaya *mark-up (mark-up pricing method)* karena persentase *markup* yang ditentukan sebelumnya diterapkan pada dasar biaya yang telah di keluarkan untuk menentukan harga jual. Pada tabel berikut ini menunjukkan perhitungan harga jual yaitu:

Tabel 4.58
Perhitungan Harga Jual Abon Lele Pada Bulan Desember 2016

Keterangan	Perhitungan	Nominal
Biaya Produksi		Rp 9,005,895.8
Presentase Mark-up (menambah)	(58.9%) x (Rp5,312,165.6)	Rp 3,128,865.5
Jumlah		Rp 12,134,761.3
Volume Produk (unit)	Rp 12,134,761.3 ÷ 621pcs	1050 pcs
Harga Jual per pcs		Rp 11,556.9

Sumber: Data diolah dari data primer UMKM Zuka Rasa, 2017

Dari tabel 4.58 menunjukkan informasi mengenai harga jual abon lele menurut metode *mark-up pricing* adalah Rp11,556.9 per pcs. Pada harga tersebut biaya yang telah dikeluarkan dapat tertutup, sehingga tidak ada biaya kesempatan yang hilang dan laba yang diinginkan tercapai.

Perbandingan Hasil Penelitian Metode Perusahaan dengan Metode *Full Costing*

Dari hasil penelitian pada harga pokok produksi dan menentukan harga jual pada data bulan Desember 2016 yang telah dilakukan di UMKM Zuka Rasa memperoleh hasil yang berbeda dengan metode yang digunakan oleh UMKM Zuka Rasa dengan metode *Full Costing* dan pada penetapan harga jual memperoleh hasil yang berbeda dengan menggunakan metode *mark-up pricing*. Sebagai berikut perbedaannya:

Tabel 4.59
Perbedaan Hasil Penelitian Biaya
Produksi pada UMKM Zuka Rasa
Pada Bulan Desember 2016

Nama Produk	Harga Pokok Menurut Perusahaan	Harga Pokok Produksi Menurut Metode <i>Full Costing</i>	Selisih (Rp)
Bawang Goreng	Rp16,574.1	Rp 20,600	Rp 4,025.9
Abon Lele	Rp 7,322.8	Rp8,577	Rp 1,254.2

Sumber: Data diolah dari data primer UMKM Zuka Rasa, 2017

Dari tabel 4.59 menunjukkan hasil penelitian yang diperoleh adalah berbeda pada produk bawang goreng menurut metode perusahaan sebesar Rp16,574.1 lebih kecil dibanding dengan menggunakan metode *full costing* yaitu sebesar Rp20,600. Sedangkan pada produk abon lele juga memperoleh hasil yang berbeda, pada biaya produksi menurut perusahaan lebih kecil dari pada menggunakan metode *full costing* yaitu Rp 7,322.8 dengan Rp 8,577.

Perbandingan Hasil Penelitian Metode Perusahaan dengan Metode *Mark-up*

Tabel 4.60
Perbedaan Hasil Penelitian Harga
Jual Pada UMKM Zuka Rasa
Pada Bulan Desember 2016

Nama Produk	Harga Jual Menurut Perusahaan	Harga Jual Menurut Metode <i>Mark-up</i>	Selisih (Rp)
Bawang Goreng	Rp 22,000	Rp 24,321.5	Rp 2,321.5
Abon Lele	Rp 15,000	Rp 11,556.9	Rp 3,443.1

Sumber: Data diolah dari data Primer UMKM Zuka Rasa, 2017

Berdasarkan tabel 4.60 menunjukkan informasi mengenai perbedaan hasil dari harga jual yang menggunakan perhitungan menurut perusahaan dan dibandingkan dengan metode harga jual *mark-up pricing* dari

hasil penelitian diperoleh hasil yang berbeda, pada produk bawang merah menggunakan metode harga jual *Mark-up pricing* sebesar Rp24,321.5 lebih besar dari harga jual yang di tentukan menurut perusahaan yaitu Rp22,000. Sedangkan abon lele pada metode *mark-up pricing* juga lebih kecil yaitu sebesar Rp11,556.9 dari penentuan harga jual menurut perusahaan yaitu sebesar Rp15,000.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan terkait perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* untuk menentukan harga jual pada UMKM Zuka Rasa Nganjuk sebagai berikut:

1. Pada penelitian di UMKM Zuka Rasa mengenai perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* pada produk bawang goreng dan abon lele memperoleh hasil sebesar Rp 20,600 dan Rp 8,577. Dengan metode tersebut telah memasukan unsur-unsur biaya produksi yang bersifat tetap dan variabel.
2. Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh UMKM Zuka Rasa masih sangat sederhana belum memasukan semua unsur-unsur biaya produksi dan belum mengakui biaya yang telah dikeluarkan pada proses produksi maupun nonproduksi secara rinci dan jelas, sehingga perhitungan harga pokok produksi dengan metode perusahaan dan metode *full costing* memiliki perbedaan. Pada perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* yang dihasilkan lebih besar di banding dengan menurut perhitungan perusahaan.
3. Hasil penelitian metode tersebut telah menambahkan *mark-up* pada biaya

produksi untuk per unit produk, sehingga terdapat kelebihan biaya yang digunakan untuk menutup biaya tetap. Dengan harga tersebut, membuat UMKM Zuka Rasa harus membuat keputusan, dimana harga yang dihitung menggunakan metode *mark-up* pada produk bawang goreng lebih tinggi dibanding dengan yang ditentukan oleh UMKM Zuka Rasa, hal ini dapat mempengaruhi minat beli konsumen dan daya jual di pasaran.

Saran

1. Bagi UMKM Zuka Rasa

- a. UMKM Zuka Rasa sebaiknya melakukan peninjauan ulang terhadap metode yang selama ini telah diterapkan oleh UMKM Zuka dalam menetapkan harga pokok produksi bawang goreng dan abon lele. Biaya *overhead* pabrik sebaiknya dicatat dengan rinci, sehingga dapat dialokasikan secara akurat ke produk yang telah diproduksi oleh UMKM Zuka Rasa.
- b. UMKM Zuka Rasa harus mempertimbangkan dengan benar apabila harga bahan baku sedang mengalami musim panen, harga bahan baku akan lebih murah, sedangkan apabila terjadi kegagalan musim panen maka, harga bahan baku akan semakin mahal. UMKM Zuka Rasa sebaiknya dapat membaca kondisi dan situasi, apabila harga bahan baku sedang turun, maka UMKM Zuka Rasa dapat membeli bahan baku digunakan persediaan jangka pendek.
- c. Perlunya pelatihan pada *owner* UMKM mengenai manajemen keuangan bisnis dan akuntansi baik keuangan maupun akuntansi biaya, dimana selama ini perhitungan dilakukan belum sesuai dengan standart akuntansi, sehingga dengan adanya pelatihan manajemen

keuangan bisnis ini tujuannya dapat menghitung dan mengalokasikan keuangan dengan baik dan terperinci sesuai standart akuntansi dengan tepat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis diharapkan dapat meneliti perhitungan harga pokok produksi dan harga jual sesuai dengan kondisi suatu perusahaan dengan metode perhitungan harga pokok produksi dan perhitungan harga jual yang lebih akurat dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

Anonimous, *Undang-Undang no 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, (Online), (<http://www.peraturan.undang-undang.tentang.Usaha.Mikro.Kecil.dan.Menengah>), diakses pada tanggal 29 Desember 2016).

Anonimous, *Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur*, (Online),

(<http://www.diskopumkm.jatimprov.go.id/viewmedia.php?pages=pengaduan&keyword=&hal=4>, diakses pada tanggal 19 Desember 2016)

Anthony, Robert .N and Glenn A. Welsch, 1977, *Fundamentals Of Management Accounting*, Edisi: Revised, Homewood, Illinois USA: Richard D. / Rwin.

Arsyad Lincolin. 2004. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

Badan Pusat Statistik, 2017, *Statistik Perkembangan UMKM di*

121

- Indonesia, BPS Pusat Statistik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik, 2016, *Statistik Daerah Kabupaten Nganjuk*, BPS Kabupaten Nganjuk.
- , 2016, *Statistik Daerah Kabupaten Nganjuk*, (Online), (https://nganjukkab.bps.go.id/index.php/publikasi/index?Publikasi_page=3, Diakses pada tanggal 27 Januari 2017).
- Blocher, Erward J, Chen, Kung H, Cokins, Gary, Lin Thomas W, 2005, *Cost Manajement : a Strategic Emphasis (Manajemen Biaya Penekanan Strategis)*, Diterjemahkan oleh Susty Ambarriani, 2007, Edisi 3 , Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel .F, 2004, *Fundamentals Of Financial Management (Dasar-Dasar Manajemen Keuangan)*, Diterjemahkan oleh Abdul Halim, 2011, Edisi 10, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Carter , Wiliam .K dan Milton F. Usry, 2006, *Cost Accounting (Akuntansi Biaya)*, Diterjemahkan oleh Kristina, 2009, Edisi 14, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Cecila A. Raibon, Michael R. Kinney, 2011, *Cost Accounting: Fondation and Evaluations (Akuntansi Biaya Dasar dan Perkembangan)*, Diterjemahkan oleh Rahmat Hilman, 2014, Edisi 7, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Garrison, Ray H., Eric W. Noreen, dan Peter C. Brewer, 2006, *Manajerial Accounting (Akuntansi Manajerial)*, Diterjemahkan oleh: Nuri Hinduan, 2014, Edisi 11, Buku 1, Salemba Empat, Jakarta.
- Hansen, Don R dan Maryanne M. Mowen, 2004, *Management Accounting (Akuntansi Manajemen)*, Diterjemahkan oleh Arnos Deny, Kwary, 2009, Edisi 8, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008, *Marketing Manajement (Manajemen Pemasaran)*, Diterjemahkan oleh Benjamin Molan, 2010, Edisi 13, Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Machasin, 2013, *Permasalahan yang di Hadapi UMKM*, Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Unri, (Online), (<http://economy.okezone.com/read/2016/08/04/320/1454847/umkm-akan-jadi-pilar-utama-pembangunan-ekonomi-indonesia>, diakses pada tanggal 19 Desember 2016).
- Mifta Maghfirah, 2016, ‘*Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Penerapan Metode Full Costing*’ Skripsi, Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh. (Online), (http://etd.unsyiah.ac.id/index.php?p=show_detail&id=24143, diakses pada tanggal 27 januari 2017)
- Moh. Nazir, 2011, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Mudrajat Kuncoro, 2009, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi 3, Jakarta: Erlangga.
- Munawir, 2004, *Analisa Laporan Keuangan edisi 4*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Mulyadi, 2005, *Akuntansi Biaya*, Edisi 5, Buku 7 Yogyakarta: Aditya