

## **Analisis Menentukan Harga Jual Produk Minuman Dan Snack Café Komunikopi Sampang Madura**

**Ach. Sholahur Robany**

Fakultas Ekonomi dan Bisni Jurusan Akuntansi

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo,

Kota SBY, Jawa Timur 60118

email : [robysr16@gmail.com](mailto:robysr16@gmail.com)

### **Abstract**

*This study aims to determine the calculation of the cost of goods produced and the profit or not of the results of product sales. In the title of the thesis "Analysis of Determining the Selling Price of Beverage and Snack products at the Komunikopi Cafe Sampang Madura", the method used in this study is a descriptive approach. The data analysis used is by collecting and clarifying data relevant to the problem studied in this study, namely analyzing the purchase price of komunikopi café products then analyzing the calculation of the selling price of the product and analyzing the calculation of the selling price of the product in accordance with the provisions. The results of the overall study are the selling price set by the komunikopi café using the relative selling price method whose selling price follows the selling price in the market that has been set by cafes in the sampang regency area. Related to the calculation of costs at this company is still inadequate so that the cost calculation follows the selling price that relativ is used in cafes in the Sampang Madura area.*

**Keyword:** *Selling price, product purchase price, relative selling price*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi dan untung atau tidaknya hasil penjualan produk. Pada judul skripsi “Analisis Menentukan Harga Jual produk Minuman dan Snack pada cafe Komunikopi Sampang Madura” ini metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Analisis data yang digunakan yaitu dengan cara mengumpulkan dan mengklarifikasi data yang relevan dengan masalah yang diteliti pada penelitian ini yaitu melakukan analisis harga beli produk cafe komunikopi kemudian menganalisis perhitungan harga jual produk dan melakukan analisis perhitungan harga jual produk sesuai dengan ketentuan. Hasil penelitian secara keseluruhan yaitu harga jual yang ditetapkan oleh cafe komunikopi menggunakan metode harga jual relative yang harga jualnya mengikuti harga jual dipasaran yang telah ditetapkan oleh cafe-cafe yang ada di wilayah kabupaten sampang. Terkait dengan perhitungan biaya pada perusahaan ini masih kurang memadai sehingga perhitungan biaya mengikuti harga jual yang relativ digunakan di cafe-cafe di wilayah Sampang Madura.

---

*Received Februari 01, 2023; Revised Maret 02, 2023; April 01, 2023*

\* Ach. Sholahur Robany, [robysr16@gmail.com](mailto:robysr16@gmail.com)

**Kata kunci:** Harga jual, harga beli produk, harga jual relative

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini secara tidak langsung telah mendorong persaingan bisnis diberbagai bidang. perusahaan harus memiliki strategi dan metode yang tepat sehingga produknya dapat tetap bersaing dengan produk kompetitor dan tetap menghasilkan keuntungan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Perusahaan sebagai bentuk suatu organisasi pada umumnya memiliki tujuan tertentu yang ingin di capai dalam menjalankan bisnisnya. adapun tujuan perusahaan dalam mendirikan suatu usaha memperoleh laba yang maksimal, meningkatkan nilai suatu perusahaan, dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga kesejahteraan perusahaan dapat meningkat. kuatnya persaingan dunia usaha serta didukung oleh dunia teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih menuntut perusahaan untuk bersaing secara kompetitif dalam merebut pangsa pasar baik dalam negeri maupun luar negeri.

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan yang ingin di capai, yaitu : memperoleh hasil yang maksimal, dapat bersaing di wilayah tersebut, serta dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. cara pertama dengan menentukan harga jual agar tidak akan menjadi kerugian dan mengenalkan produk – produk yang kita jual dengan melakukan promosi di seluruh media. penentuan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting mengingat manfaat informasi harga pokok produksi adalah menentukan harga jual produk, pemantauan realisasi biaya produksi, perhitungan laba rugi periode serta penentuan harga pokok persediaan.

Dalam perhitungan harga produksi, informasi yang dibutuhkan adalah informasi mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, perhitungan harga pokok produksi dapat membantu perusahaan untuk mengetahui biaya produksi yang akan dikeluarkan dan dengan perhitungan harga pokok produksi yang tepat akan mengakibatkan penetapan harga jual yang benar, tidak terlalu tinggi bahkan terlalu rendah dari harga pokok, sehingga nantinya mampu menghasilkan laba sesuai dengan yang diharapkan.

### **Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui perhitungan penentuan harga pokok produksi minuman dan *snack* pada café komunikopi Sampang Madura, Untuk mengetahui untung tidaknya hasil penjualan café komunikopi sampang Madura.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Akuntansi manajemen**

Akuntansi manajemen seringkali disebut sebagai akuntansi manajerial dan dapat didefinisikan sebagai proses penyediaan informasi keuangan dan sumber daya untuk digunakan oleh tim internal organisasi dalam pengambilan keputusan. Dalam prosesnya, informasi dan laporan keuangan seperti faktur dan neraca keuangan digunakan sebagai bahan pertimbangan para pemangku kepentingan guna mengambil keputusan yang lebih baik dan akurat, mengendalikan perusahaan, serta mengembangkan bisnis kejalur yang sesuai. Definisi akuntansi manajemen menurut para ahli, menurut pendapat dari haryadi ( 2002 ) yang mana ia menjelaskan bahwa akuntansi manajemen yaitu suatu proses indentifikasi, pengukuran, serta pengumpulan, dalam menganalisis, pencatatan, interpretasi, dan juga sebagai pelaporan kejadian ekonomi pada badan usaha yang mana hal ini dilakukan supaya manajemen bisa menjalankan fungsi dari perencanaan pengendalian serta untuk pengambilan keputusan

#### **Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya adalah suatu proses pencatatan keuangan yang didalamnya terjadi penggolongan dan peringkasan atas suatu biaya produksi, penjualan produk ataupun jasa menggunakan suatu cara tertentu lengkap dengan penjelasannya. Akuntansi biaya ini diperlukan untuk pertanggung jawaban kepada pihak eksternal perusahaan seperti investor ataupun kreditur, serta pihak internal (manajemen) perusahaan itu sendiri. Akuntansi biaya sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan, karena data historis yang disajikan dalam pencatatannya akan sangat penting digunakan oleh manajemen dalam mengambil keputusan atau kebijakan diwaktu yang akan datang.

## **Harga Pokok Produksi**

Harga pokok produksi menurut Mulyadi (2007:10), merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan. Harga pokok produksi menurut Hansen dan Mowen (2004:8), harga pokok produksi adalah mewakili jumlah barang yang diselesaikan pada periode tertentu. Wijaksono (2006:10), mendefinisikan harga pokok produksi adalah sejumlah nilai aktiva, tetapi apabila tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan. Dari berbagai pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah semua pengorbanan yang dilakukan perusahaan untuk memproduksi suatu produk.

## **Tujuan dan Manfaat Penentuan Harga Pokok Produksi**

Informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk. Menentukan harga jual produk, memantau relisasi biaya produksi, menghitung laba atau rugi periodik, menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Rencana desain yang baik dapat menambah mutu hasil penelitian kualitatif. Dengan mutu yang menyakinkan, penjelasan perihal hasil penelitian. Setiap penelitian harus direncanakan untuk itu diperlukan suatu desain peneliti. Menurut Silaen desain penelitian adalah desain mengenai keseluruhan proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ini dilakukan di café komunikopi Sampang Madura yang merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang minuman dan *snack* untuk menjual produk tersebut yang beralamat di JL. H. Agussalim Gg. V NO. 9 kecamatan Sampang Madura, kelurahan Banyuwanyar, telp. 081 – 335603737. periode penelitian ini dilakukan September – Oktober 2022.

### **Jenis dan Sumber Data**

Dalam peneliti ini jenis data yang digunakan adalah data kualitatif. yaitu data yang diperoleh dalam bentuk penjelasan dan uraian dari pemilik.

Sumber data yang digunakan ialah sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung peneliti dari pimpinan dan karyawan café komunikopi yang diberi wewenang untuk memberikan data yang diperlukan berupa biaya yang dikeluarkan dalam pembelian produk dan bahan bahan minuman dan *snack* baik melakukan dengan wawancara maupun pengamatan langsung.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian, maka pengumpulan data yang digunakan dengan melakukan wawancara, yang dalam pelaksanaan wawancara ini, peneliti membawa pedoman pertanyaan dan dapat dijawab secara bebas sehingga wawancara yang dilakukan lancer dan tidak kaku. Metode penelitian ini peneliti gunakan untuk memperoleh dari narasumber terkait dengan hal yang dikaji dalam penelitian ini dan dilakukan dengan cara dokumentasi teknik pengumpulan data dengan melihat sumber – sumber dokumen yang ada kaitannya dengan jenis data yang diperlukan. Metode dokumentasi adalah cara yang efisien untuk melengkapi hal – hal yang belum dapat dari wawancara. Metode dokumentasi yang digunakan untuk mendapatkan data dari laporan biaya produksi dan Profil UMKM café komunikopi Sampang Madura.

### **Devinisi Variabel**

Definisi variabel dalam penelitin ini :

1. Harga jual yang merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa
2. Laba bersih merupakan gambaran besar kecilnya kemampuan café dalam menghasilkan keuntungan.

## **Metode Analisis Data**

Analisis data yang digunakan penulis adalah metode analisis deskriptif, yaitu suatu teknik analisis dengan cara mengumpulkan, mengklarifikasi data yang relevan dengan masalah yang diteliti untuk kemudian mengambil kesimpulan dari hasil yang diteliti. Adapun langkah – langkah peneliti yang dilakukan :

1. Melakukan analisis terhadap harga beli produk café komunikopi.
2. Melakukan analisis terhadap perhitungan harga jual produk.
3. Menganalisis perhitungan harga jual sesuai dengan ketentuan yang ada.
4. menentukan kesimpulan.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Perhitungan Harga Pokok Produksi Café Komunikopi Sampang Madura**

Perhitungan harga pokok produksi menurut pengusaha berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha, biaya pokok produksi yang di hitung hanyalah biaya bahan baku berupa minuman dan *snack*, biaya – biaya tenaga kerja yang langsung berhubungan dengan minuman dan *snack* pada café komunikopi. Hanya menjumlahkan seluruh biaya tersebut tanpa menyelidiki biaya – biaya yang lain dalam lagi. oleh karena itu, untuk lebih memudahkan dalam mengolah data, penulis lalu menggolongkan dan membagi biaya – biaya menjadi dua bagian yakni biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja

Pengumpulan biaya produksi dengan menghitung besarnya biaya produksi, dimana biaya tersebut akan dibebankan kepada masing – masing unit produk yang dihasilkan. Café komunikopi memproduksi minuman dan *snack* . dalam menghitung besarnya harga pokok produksi, penulis mengelompokkan biaya produksi.

Harga pokok produksi sangat berpengaruh dalam perhitungan laba rugi pada café komunikopi, apabila café kurang teliti atau salah dalam penentuan harga pokok produksi, mengakibatkan kesalahan dalam penentuan laba rugi yang akan diperoleh café komunikopi. Mengingat arti pentingnya harga pokok produksi yang memerlukan ketelitian dan ketepatan, dalam persaingan tajam industri pada saat ini, memacu perusahaan yang satu bersaing dengan perusahaan yang lain, dalam menghasilkan produk yang sejenis. Karena itulah informasi biaya dan informasi harga pokok produksi sangat diperlukan untuk berbagai pengambilan keputusan.

Hasil penelitian dari café komunikopi dengan memproduksi minuman dan *snack* pengumpulan harga pokok produksi menggunakan metode harga pokok proses, karena di dalam pengertiannya juga digunakan oleh perusahaan – perusahaan yang memproduksi unit produk yang tidak dapat dibedakan satu sama lain dan diproduksi menggunakan proses produksi yang berkesinambungan. Untuk memproduksi minuman dan *snack* pada café komunikopi dibutuhkan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung

#### 1. Biaya bahan baku

Bahan baku yang digunakan untuk membuat minuman dan *snack* adalah biji kopi, *powder*, sirup, susu skm, susu uht, es batu, air, cup, sedotan dan untuk *snack* minyak goreng, kentang, sosis, taso, tepung khusus waffle pancong, misis, keju, saos, mayones. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data produksi pada bulan September 2022. Jadi untuk menghitung biaya produksi minuman dan *snack* pada café komunikopi digunakan dengan data produksi minuman dan *snack* selama satu bulan. *Powder* untuk minuman non kopi, sirup perasa untuk kopi dan topping untuk waffle pancong saos dan mayones agar minuman dan snack yang dihasilkan memiliki rasa. Pada produksi café komunikopi dalam produksi selama September 2022 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel Biaya Bahan Baku Minuman**

No	Keterangan	Harga
1	Biji kopi	Rp 60.000
2	Syrup	Rp 112.000
3	Susu UHT	Rp 16.500
4	Susu SKM	Rp 12.500
5	Es batu	Rp 6.000
6	Air	Rp 18.000
7	cup	Rp. 500
8	Sedotan	Rp 25.000
9	Powder	Rp 50.000
<b>Total</b>		<b>Rp 300.500</b>

sumber : Diolah dari Data Primer Café Komunikopi

**Tabel biaya bahan baku snack**

No	Keterangan	Harga
1	Minyak goreng	Rp 20.000
2	Kentang	Rp 34.000
3	Sosis	Rp 21.000
4	Taso	Rp 250.000
5	Tepung waffle pancong	Rp 18.000
6	Misis	Rp 10.000
7	Keju	Rp 13.000
<b>Total</b>		

sumber : Diolah dari Data Primer Café Komunikopi

Dari tabel biaya bahan baku minuman dan snack pada minuman café komunikopi ialah Rp. 300.500 dan bahan baku pada snack ialah Rp 408.000 maka lebih tinggi pengeluaran biaya *snack* daripada minuman.

## 2. Biaya tenaga kerja

Tenaga kerja terbagi menjadi dua yaitu tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Tenaga kerja tidak langsung yaitu tenaga kerja yang tidak langsung terlibat dalam proses produksi sedangkan tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang langsung terlibat dalam proses produksi. Pada usaha café komunikopi tenaga kerja yang digunakan hanya tenaga kerja langsung yaitu meliputi pekerjaan bagian penyajian minuman dan penggorengan snack.

Sistem pembayaran gaji dilakukan berdasarkan setiap kali hadir datang kerja per hari. Setiap per orang di gaji sesuai kerja perharinya selama satu bulan satu hari dihitung Rp 20.000 setiap kali hadir. Penggunaan biaya tenaga kerja langsung selama bulan September 2022 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.3**  
**biaya tenaga kerja langsung café komunikopi**

No	keterangan	Hari	Biaya perbulan
1	Bagian pembuatan minuman	24 hari	Rp 480.000
2	Bagian kasir	24 hari	Rp 480.000
3	Bagian pembuatan snack	24 hari	Rp 480.000
<b>Total</b>			

sumber : Diolah dari Data Primer Café Komunikopi

Berdasarkan tabel biaya tenaga kerja café komunikopi pada bulan september café mengeluarkan biaya Rp 1.440.000 pada bulan september, untuk membayar 3 pekerja langsung.

3. Biaya overhead café

Biaya *overhead* pabrik variabel merupakan biaya *overhead* café yang jumlahnya terpengaruh dengan perubahan tingkat produksi volume kegiatan dimana perubahan sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Salah satu dari biaya *overhead* pabrik adalah biaya bahan penolong. Bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi atau bahan yang meskipun menjadi bagian produk jadi tetapi nilainya relative kecil dibandingkan dengan harga pokok produksi tersebut. Pada usaha *café* komunikopi Sampang Madura, bahan penolong yang digunakan dalam proses café komunikopi adalah :

1) Stiker

Stiker digunakan untuk membagi kepada pembeli agar setengah membantu dan mempromosi café komunikopi pembelian stiker café komunikopi iala harga Rp 100.000 mendapatkan 60 stiker.

**Analisis Penetapan Harga**

Dalam meningkatkan volume penjualan harga mempunyai peranan penting dalam memainkan peranan politik harga yang terbentuk dipasar. Harga merupakan sesuatu alat distribusi yang menghubungkan konsumen atau pengguna jasa yang melakukan transaksi antara pembeli dan penjual. Dalam hal penentuan harga jual memang tidak semudah itu, karena harus disesuaikan dengan harga pasar, sehingga barang yang dipasarkan bisa bersaing. kalau di tinjau segi perkembangan penjualan memang tergantung dari pada jenis produk keadaan pasar, misalnya timbulnya harga yang telah ditetapkan oleh café komunikopi adalah konsisten dengan jenis barang yang akan dipasarkan, dimana perusahaan tersebut paling tepat melakukan penjualan.

Harga merupakan suatu faktor yang sangat penting dalam menentukan tingkat penjualan suatu produk oleh karena itu harga harus ditetapkan secara baik dan tepat. Ketepatan dalam menentukan harga harus tergantung dari cara atau metode untuk menetapkan harga

Oleh karena itu perhitungan harga pokok produksi minuman dan snack pada café komunikopi sampang Madura dengan menggunakan metode mark – up cara, Mark – up pricing banyak digunakan oleh para pedagang sebab sebagai pemilik bisnis kamu hanya perlu menambahkan modal dengan keuntungan yang ingin kamu peroleh. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan mark – up yang diingkan pada harga beli persatuan. Presentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang. Dalam menghitung harga jual menggunakan rumus :

$$\text{Harga jual} = \text{modal} + \text{mark up}$$

Maka ditentukan dulu bahan – bahan yang digunakan beserta kebutuhan tiap cup 1 minuman dan *snack* pada café komunikopi pada tabel berikut ini dan penjelasannya.

**Tabel Perhitungan harga pokok produksi pada minuman kopi susu**

No	Keterangan	kebutuhan	Harga
1	Biji kopi	25 gr	Rp 1.260
2	Susu SKM	20 gr	Rp 523
3	Susu UHT	120 gr	Rp 1.625
4	Es batu	150 gr	Rp 100
5	Air	30 gr	Rp 50
6	Cup / sedotan	1	Rp 575
7	Syrup	12 gr	Rp 2.125
Total			Rp 6.258

sumber : Diolah dari Data Primer Café Komunikopi

Maka hasil perhitungan pada 1 cup minuman kopi susu café komunikopi ialah Rp 6.258 hasil ini dibulatkan menjadi Rp 6.000 oleh café komunikopi dan café komunikopi menjual minuman kopi susu dengan harga Rp 12.000 mengikuti harga jual pada wilayah Sampang Madura agar tetap bersaing dengan harga yang sama dan mendapatkan keuntungan yang sangat besar maka.

perhitungan harga jual kopi susu menggunakan metode mark up :

$$\text{Harga jual} = \text{Modal} + \text{mark up}$$

$$\text{Harga jual} = \text{Rp } 6.000 + \text{Rp } 6.000$$

$$\text{Harga jual} = \text{Rp } 12.000 \text{ ( untuk 1 cup minuman kopi susu )}$$

Oleh karena itu keuntungan yang diperoleh oleh café komunikopi 100% café komunikopi mengambil keuntungan 100% karena mengikuti harga pasaran café di wilayah Sampang Madura.

**Tabel Perhitungan Harga pokok produksi pada minuman non kopi**

No	Keterangan	Kebutuhan	Harga
1	Susu SKM	10 gr	Rp 262
2	Susu UHT	110 gr	Rp 1.870
3	Powder	30 gr	Rp 1.500
4	Es batu	150 gr	Rp 100
5	Air	30 gr	Rp 50
6	Cup / sedotan	1	Rp 575
Total			Rp 5.857

sumber : Diolah dari Data Primer Café Komunikopi

Untuk hasil perhitungan minuman non kopi 1 cup pada café komunikopi ialah Rp 5.857 dibulatkan oleh café komunikopi menjadi Rp 5.000 dan harga jual minuman non kopi pada café komunikopi ialah Rp 10.000

Perhitungan harga jual minuman non kopi menggunakan metode mark up :

Harga jual = modal + mark up

Harga jual = Rp 5.000 + Rp 5.000

Harga jual = Rp. 10.000 ( untuk 1 cup minuman non kopi )

**Tabel total penjualan minuman**

Harga minuman 1 cup	Rp 6.258
<b>Total</b>	Rp 6.258

sumber : Diolah dari Data Primer Café Komunikopi

Dibulatkan menjadi 6.000 dan berikut perhitungan *Break Even Point* (BEP) unit dan rupiah menggunakan rumus dari buku analisis laporan keuangan, Munawir 2014 edisi 4 LIBERTY, Yogyakarta :

Harga Jual (HJ) = Rp 12.000

BEP Unit = Biaya Tetap : (HJ/unit – Biaya Variabel/unit)

= Rp 480.000 : (Rp 12.000 – 6.000)

= 80 cup

Saat ini kami belum mencapai target BEP karena penjualan produk masih mencapai jumlah 46 produk. Oleh karena itu, pada tahap selanjutnya kami akan meningkatkan proses penawaran produk ke calon customer agar minimal dapat segera mencapai titik BEP unit sejumlah 80 cup.

## **PENUTUPAN DAN KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Bab ini berisi kesimpulan penelitian ini yaitu penetapan harga jual yang ditetapkan oleh café komunikopi masih menggunakan metode harga jual yang di tetapkan oleh pihak pemilik café komunikopi atau menggunakan metode harga jual relative yaitu harga jual yang mengikuti harga dipasaran yang telah di tetapkan oleh café pada wilayah Sampang Madura. perhitungan biaya pada perusahaan masih kurang memadai sehingga masih mengikuti harga jual yang ada di café Sampang Madura

### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada café komunikopi Sampang Madura yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu :

1. Lebih baik café komunikopi menurunkan harga jual minuman kopi susu atau non kopi per 1 cupnya jangan mengikuti pasaran yang ada di wilayah Sampang Madura tersebut
2. Wilayah gang pintu masuk café komunikopi kurang adanya tulisan atau papan sehingga susah diketahui karena terlalu masuk kedalam permukiman warga
3. Kurangnya tempat tertutup sehingga kalau hujan pindah ke dalam teras rumah pemilik café

## **Student Research Journal**

**Volume.1, No.2 April 2023**

E-ISSN : 2964-3252 dan P-ISSN : 2964-3260, Hal 78-90

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Affandi, Brian. 2012. Buku Panduan Praktis Playanan Kontrasepsi. Jakarta: PT. Bina Pustaka Sarwono Prawirohardjo.
- Angipora Marius P. 2002. Dasar – dasar Pemasaran. Jakarta: PT Raja Granfindo Perseda.
- Bambang, Hariadi. 2002 Akuntansi Manajemen Suatu Sudut Pandang. Edisi Pertama BPFE, Yogyakarta.
- Barth Frederikh. 1998. Kelompok Etnik dan Batasannya. Jakarta: UI Press.
- Basu Swastha dan irawan. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi III Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hansen, Don R., and Mowen Maryanne M. 2005 Akuntansi Manajemen. Edisi 7 buku 2, Selamba Empat, Jakarta.
- Harnanto. 2003. Akuntansi Perpajakan Yogyakarta: BPFE.
- I ketut patra, Agus Salim. 2016. Analisis Penetapan Harga Jual Dalam meningkatkan Laba Pada Rumah Makan Ulu Bete Laut Di Masamba Kabupaten Luwu Utara. Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah palopo. 1(2)
- Iskandar Putong (2010), Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kotler dan Keller. 2009 Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Mulyadi. 2009. Akuntansi Biaya. Yogyakarta: STIE YPKPN
- Rudianto. 2013 Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis. Jakarta: Erlangga
- Sujarweni, V Wiratna. 20015 Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Syarif Harahap, Sofyan. 2011. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja grafindo Prasedia
- Wild, John J, K. R. Subramanyam dan Robert F. Halsey. 2005. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Delapan. Terjemahan Yanivi S. Bachtiar dan S. Nurwahyu harahap. Jakarta: salemba empat