

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

EVALUASI PENETAPAN HARGA JUAL JASA PADA WEDDING ORGANIZER SALON RATU MAHKOTA DI TANJUNG REDEB

SITI MUNAWAROH

Siti010890@gmail.com

JULVINA VIRDA VIDELIA

julvina09@gmail.com

TAMBARU

tambaru28tahir@gmail.com

Universitas Muhammadiyah Berau

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penetapan harga jual jasa pada *wedding organizer* Salon Ratu Mahkota di Tanjung Redeb berdasarkan teori akuntansi biaya. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa data penjualan jasa dan biaya-biaya yang dikeluarkan pada usaha *wedding organizer* Salon Ratu Mahkota selama tahun 2024. Alat analisis yang digunakan adalah metode harga jual jasa *cost-plus pricing* dan *target pricing*.

Kesimpulan yang didapatkan dalam penelitian ini merupakan hasil evaluasi atas penetapan harga jual jasa pada *wedding organizer* Salon Ratu Mahkota. Penetapan harga yang selama ini diterapkan oleh Salon Ratu Mahkota dipengaruhi oleh harga pasar dan vendor yang dipilih. Selain itu, tipe calon klien yang datang juga mempengaruhi, misalnya calon klien yang datang dengan meminta penawaran dan yang datang dengan menentukan budget yang akan mereka keluarkan. Begitu pula dengan selera dan keinginan calon klien. Metode penetapan harga yang selama ini diterapkan oleh Salon Ratu Mahkota memiliki kemudahan dan kecepatan untuk menyediakan informasi harga yang dibutuhkan. Akan tetapi dalam pelaksanaannya, metode ini mempunyai banyak kekurangan yaitu sangat mudah terjadi kerugian karena beberapa komponen biaya yang penting dapat diketahui ketika pekerjaan selesai dilakukan. Hal ini mengakibatkan Salon Ratu Mahkota tidak dapat menentukan laba yang diharapkan, laba terkadang sangat tinggi tetapi pada beberapa proyek kerugian yang cukup besar tidak dapat dihindari.

Kata kunci: harga jual jasa, *cost-plus pricing*, *target pricing*.

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the determination of selling prices for services at the Ratu Mahkota Salon wedding organizer in Tanjung Redeb based on cost accounting theory. The data used are secondary data in the form of service sales data and costs incurred in the Ratu Mahkota Salon wedding organizer business during 2024. The analysis tools used are the cost-plus pricing and target pricing service selling price methods.

The conclusion obtained in this study is the result of an evaluation of the determination of the selling price of services at the wedding organizer Salon Ratu Mahkota. The pricing that has been applied by Salon Ratu Mahkota is influenced by market prices and selected vendors. In addition, the type of prospective clients who come also influences, for example prospective clients who come by asking for a quote and those who come by determining the budget they will spend. Likewise with the tastes and desires of prospective clients. The pricing method that has been applied by Salon Ratu Mahkota has the ease and speed to provide the required price information. However, in its implementation, this method has many shortcomings, namely that it is very easy to incur losses because several important cost components can be known when the work is completed. This results in Salon Ratu Mahkota being unable to determine the expected profit, sometimes the profit is very high but in some projects quite large losses cannot be avoided.

Keywords: service selling price, cost-plus pricing, target pricing

PENDAHULUAN

Era globalisasi teknologi informasi dan ditunjang perkembangan dunia usaha yang semakin pesat mengakibatkan naiknya persaingan bisnis yang ketat. Masing-masing perusahaan saling beradu strategi dalam usaha menarik konsumen. Persaingan tersebut tidak hanya persaingan bisnis di bidang manufaktur/industri dan perdagangan tetapi juga di bidang usaha pelayanan jasa. Salah satu bentuk usaha pelayanan jasa adalah *wedding organizer* (penyelenggara pernikahan).

Dalam memberikan jasa pelayanan penyelenggara pernikahan, *wedding organizer* memperoleh penghasilan dari pendapatan jasa dan fasilitas yang diberikan. Salah satunya adalah jasa resepsi pernikahan, dimana pendapatan

dari jasa tersebut didapat dari tarif yang harus dibayar oleh pemakai jasa resepsi pernikahan. Dalam menentukan harga jual jasanya, sebagian besar *wedding organizer* masih menggunakan perhitungan secara tradisional (perhitungan dengan estimasi empiris).

Perhitungan tradisional atau disebut juga sistem akuntansi biaya tradisional dalam penentuan harga pokok tidak lagi mencerminkan aktivitas yang spesifik karena banyak kategori biaya yang bersifat tidak langsung. Dalam perkembangannya, sistem akuntansi biaya tradisional tidak dapat memberikan informasi biaya yang akurat sehingga untuk dapat mengalokasikan biaya-biaya maka perlu untuk menerapkan sistem penentuan harga pokok produk (barang/jasa) berdasarkan aktivitasnya (Sumilat, 2013:455).

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

Krismiaji (2020) menjelaskan bahwa kesalahan penentuan harga dapat berakibat fatal. Apabila harga yang ditentukan terlalu mahal, pelanggan enggan membeli produk serta berpindah ke perusahaan lain. Apabila harga terlalu murah dapat mengakibatkan kerugian. Penentuan harga jual produk (barang/jasa) dipengaruhi dengan berbagai faktor, diantaranya biaya. Pengaruh biaya terhadap harga jual tidak dapat diabaikan. Penetapan harga jual yang berorientasi biaya adalah penetapan harga jual dengan menjadikan biaya masa datang sebagai dasar perhitungan, serta dalam jangka panjang harga jual harus cukup untuk menutup biaya produksi dan non produksi.

Harga merepresentasikan besarnya *resource* yang dibutuhkan untuk membuat suatu produk dan besarnya laba yang diinginkan. Zimmerer dan Scarborough (2015:68) mendefinisikan harga adalah nilai uang yang harus ditukar pelanggan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Untuk itu, harga jual tentu harus mampu mengganti biaya yang dikeluarkan untuk membuat suatu produk. Secara sederhana, penentuan harga jual ditentukan berdasarkan biaya produksi ditambah dengan *mark up* yang dikehendaki. Harga produk yang ditentukan dengan cara tersebut umumnya memiliki harga jual yang tidak terlampaui jauh dari biaya produksi.

Hansen dan Mowen (2016:356) menyebutkan bahwa pendapatan harus menutup biaya perusahaan untuk menghasilkan laba. Lebih lanjut Hansen dan Mowen (2016:633) mendefinisikan harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Pendapatan atau harga jual ini biasanya ditentukan dengan menghitung biaya dan menambahkan laba yang diinginkan. Mulyadi (2018:78) mengungkapkan pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar.

Keputusan terhadap penentuan harga jual merupakan suatu fungsi manajer yang penting, karena keputusan penentuan harga jual dinyatakan dengan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Keputusan tersebut tidak menentukan harga jual, namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual. Keputusan penentuan harga jual merupakan penentuan harga produk dan jasa pada suatu organisasi yang selalu dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini seringkali dipengaruhi dengan kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi. Oleh karena itu, dalam menentukan harga jual tidak dapat dilaksanakan sekali saja akan tetapi harus terus dievaluasi dan disesuaikan terhadap keadaan yang sedang dihadapi perusahaan. Perubahan pada harga jual memiliki tujuan untuk menyesuaikan biaya saat ini (*current cost*) atau biaya masa depan (*future cost*), *return* yang diinginkan oleh perusahaan, reaksi pesaing dan sebagainya (Supriyono, 2015:314).

Wedding organizer dilihat dari jenis bisnisnya dapat dikategorikan ke dalam bisnis jasa. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2018:7), jasa merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan pada satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

apapun. Produksi jasa berkaitan dengan produk fisik ataupun tidak. Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner dalam Hurriyati (2018:28), jasa merupakan semua kegiatan ekonomi dengan *output* selain produk dalam arti fisik, dikonsumsi dan diproduksi secara bersamaan, memberikan nilai tambah serta prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembelinya.

Penelitian ini mengambil unit analisis pada sebuah usaha jasa *wedding organizer* dengan nama Salon Ratu Mahkota yang beroperasi di wilayah Tanjung Redeb. Salon Ratu Mahkota membantu para calon pengantin dalam mempermudah melancarkan segala kegiatan yang berhubungan dengan pernikahan. Salon Ratu Mahkota adalah usaha jasa yang melayani perencanaan, penyiapan, dan menyelesaikan acara seperti: pesta pernikahan, akad nikah, *engagement party* dan even-even lainnya. Salon Ratu Mahkota juga menyediakan semua keperluan acara pernikahan, antara lain: konsumsi/katering, peralatan makan, riasan dan kostum pengantin, tenda dan kursi, pembawa acara (mc), *entertainment/hiburan (elektone/akustik/band)*, serta *sound system*.

Salon Ratu Mahkota memiliki berbagai macam paket harga pernikahan dengan anggaran yang berbeda sesuai dengan tempat atau lokasi acara. Masing-masing besarnya paket anggaran tersebut meliputi dekorasi gedung, *make-up*, foto dan *video shooting*, hiburan (*elektone/akustik/band*), pembawa acara (mc), penyanyi, mobil pengantin dan lain sebagainya. Selain menjual dalam pilihan paket yang ditawarkan, Salon Ratu Mahkota juga menjual produknya dalam bentuk *custom* (pilihan). Hal ini bertujuan

untuk menyesuaikan budget yang dimiliki oleh pelanggan, maka paket yang ditawarkan dapat dibeli dengan menambah atau mengurangi item sesuai budget.

Fitriyah (2016) dalam penelitiannya menyimpulkan berdasarkan evaluasi terhadap penetapan harga jual jasa *wedding organizer* dihasilkan beberapa gambaran kelemahan yang dapat menimbulkan kerugian dan kurangnya standar biaya. Penetapan harga jual jasa yang selama ini diterapkan oleh Salon Ratu Mahkota yaitu perhitungan secara tradisional (perhitungan dengan estimasi pribadi pemilik usaha), sehingga belum sepenuhnya memenuhi tujuan operasional perusahaan. Hal ini menimbulkan permasalahan dimana harga jual jasanya belum dapat bersaing secara kompetitif dengan perusahaan lain sejenisnya. Oleh karena itu diperlukan metode yang memadai untuk menetapkan harga yang tepat serta perbaikan standar biaya untuk menjelaskan spesifikasi produk jasa yang akan ditawarkan.

Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah evaluasi terhadap penetapan harga jual jasa pada *wedding organizer* Salon Ratu Mahkota di Tanjung Redeb?”

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis penetapan harga jual jasa pada *wedding organizer*

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

Salon Ratu Mahkota di Tanjung Redeb berdasarkan teori akuntansi biaya.

METODE PENELITIAN

Unit analisis dalam penelitian ini adalah *wedding organizer* Salon Ratu Mahkota yang beralamat di Jalan Durian I No.17 Kelurahan Tanjung Redeb Kecamatan Tanjung Redeb Kabupaten Berau.

Data yang digunakan adalah data sekunder berupa data penjualan jasa dan biaya-biaya yang dikeluarkan pada usaha *wedding organizer* Salon Ratu Mahkota selama tahun 2024. Alat analisis yang digunakan adalah metode harga jual jasa *cost-plus pricing* dan *target pricing*.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

ANALISIS

Salon Ratu Mahkota menentukan laba selama ini pada awalnya direncanakan sebesar 20% dari total omzet. Yang dimaksud omzet disini adalah total keseluruhan biaya yang mencakup biaya produksi atau item yang dipesan oleh klien (catering, dekorasi, dokumentasi, entertainmen, dan lain-lain) dan biaya tenaga kerja (fee tim Salon Ratu Mahkota). Namun, pada pelaksanaannya persentase laba 20% tidak dapat dilaksanakan sesuai rencana.

Paket yang disediakan Salon Ratu Mahkota ada beberapa macam antara lain paket rias pengantin (*wedding make-up*), paket pernikahan lengkap untuk di gedung dan paket pernikahan lengkap untuk di rumah. Salon Ratu Mahkota menentukan paket rias pengantin langsung dengan cara melihat harga maksimal pasar paket rias

pengantin dan sewa baju pengantin. Rata-rata harga rias pengantin 1 kali rias adalah Rp1.000.000 sudah termasuk bunga dan aksesoris. Apabila ditambah 2 kali ganti baju harganya Rp2.500.000. Pada pelaksanaannya, harga tersebut menjadi harga maksimal bisa ditawarkan lagi oleh klien dan bisa lebih disesuaikan dengan permintaan klien.

Dalam menentukan harga paket rias pengantin Salon Ratu Mahkota memasukkan biaya-biaya sebagai berikut:

1. Biaya pembelian bunga rias
2. Biaya pembelian *handbouquet*
3. Biaya pembelian kain hias (jika diperlukan)
4. Biaya jasa merias (biaya tenaga kerja langsung)
5. Biaya sewa baju

Setelah biaya-biaya tersebut dijumlahkan sesuai kebutuhan, kemudian ditambah dengan nominal margin yang diinginkan. Margin ditentukan tanpa ada perhitungan tertentu.

Dalam menentukan harga paket pernikahan baik yang di gedung maupun di rumah, Salon Ratu Mahkota menentukan dulu lokasi acara, dekorasi, peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan, entertainmen, dan lain-lain disusun berdasarkan spesifikasi yang diinginkan.

Salah satu yang menentukan besarnya harga jual jasa Salon Ratu Mahkota adalah tipe klien yang datang dengan membawa budget yang mereka miliki. Misalkan ada klien yang mempunyai budget Rp30.000.000 untuk akad dan resepsi, Salon Ratu Mahkota akan mempelajari dulu bagaimana selera dan keinginannya. Kemudian Salon Ratu Mahkota akan membuat rasionalisasi budget dengan membagi atau mengalokasikan untuk

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

item-item yang dipesan dan disesuaikan dengan keinginan dan selera klien.

Berikut ini adalah perhitungan yang dilakukan oleh Salon Ratu Mahkota dalam menentukan harga untuk beberapa proyek telah dilakukan:

1. Rias Pengantin

Berikut ini daftar harga rias pengantin dan orangtua di Salon Ratu Mahkota sebelum yang menjadi dasar untuk menyusun paket.

Harga Standar Rias Pengantin Salon Ratu Mahkota

No.	Spesifikasi	Harga	Keterangan
1.	a. Rias Pengantin 1 kali b. Bunga hias c. Aksesoris	Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000	
2.	a. Rias Pengantin 1 kali b. Baju akad c. Baju resepsi d. Bunga hias e. Aksesoris	Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000	Baju pengantin sesuai spesifikasi yang sudah ditentukan Salon Ratu Mahkota
3.	Sewa baju pengantin	Rp 500.000 – Rp 1.500.000	Sewa sepasang mulai dari Rp750.000
4.	Rias orangtua (ibu)	Rp 200.000	
5.	Rias keluarga (penerima tamu)	Rp 150.000	
6.	Baju orangtua (ibu) dan keluarga	Rp 300.000	
7.	Baju orangtua (bapak)	Rp 150.000	

Harga-harga dalam tabel tersebut di atas ditentukan dengan melihat harga pasar yang sudah terbentuk. Dalam pelaksanaannya, pada beberapa job harga rias untuk pengantin yang sudah ditentukan menjadi lebih murah karena faktor tawar-menawar antara klien dan Salon Ratu Mahkota. Sebagai contoh dari harga standar Rp2.500.000 menjadi Rp2.000.000, karena klien hanya meminta rias pengantin dan sewa sepasang baju pengantin.

Untuk rias pengantin ataupun pekerjaan di luar kota, Salon Ratu Mahkota belum menerapkan persentase biaya tambahan sebelum ditambah dengan biaya transport. Namun ada klien yang masih terhitung teman dekat, maka Salon

Ratu Mahkota tidak menambahkan biaya tambahan.

Setelah proyek selesai, Salon Ratu Mahkota kemudian menghitung biaya-biaya aktual yang dikeluarkan. Berikut ini adalah perhitungan Salon Ratu Mahkota untuk salah satu proyek rias pengantin Ratih.

Proyek Rias Pengantin Ratih

Nilai Omzet	Jenis Biaya	Jumlah	Laba/Rugi (omzet – total biaya)
Rp2.000.000	Biaya rias pengantin dan keluarga	Rp 750.000	Rp 550.000
	Biaya sewa baju pengantin	Rp 500.00	
	Biaya tenaga kerja langsung	Rp 200.000	
	Total biaya	Rp1.450.000	

Sumber: Salon Ratu Mahkota, 2024.

Biaya rias pengantin terdiri dari jasa rias dan bunga hias pengantin berupa melati serta bunga pelengkap lainnya. Biaya yang dikeluarkan untuk jasa rias dan bunga hias sebesar Rp500.000 dan Rp250.000. Biaya sewa baju yang awalnya sepasang mulai dari Rp750.000 mengalami penyesuaian menjadi Rp500.000 untuk sepasang. Biaya tenaga kerja langsung disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk fee atau gaji orang yang ikut menemani dan membantu pekerjaan tersebut.

2. Klien dengan penawaran tertentu

Proyek Pernikahan dengan Penawaran Tertentu

No.	Klien	Pesanan	Harga
1.	Widya	Event Management	Rp 3.000.000
		Dekorasi	Rp 5.000.000
		Undangan (200 lembar)	Rp 900.000
		MC	Rp 1.000.000
		Rias Pengantin	Rp 4.000.000
		Catering (375 pack buffee)	Rp 12.600.000
		Dokumentasi (foto)	Rp 750.000
		Gedung	Rp 4.000.000
		Total	Rp 30.950.000
2.	Yulia	Event Management	Rp 3.500.000
		Dekorasi	Rp 10.000.000
		Rias pengantin, ibu dan besan	Rp 5.000.000
		Sewa baju bapak 2 buah	Rp 300.000
		Sewa baju pengantin laki-laki	Rp 750.000
		Elektone	Rp 1.500.000
		Total	Rp 21.050.000

Sumber: Salon Ratu Mahkota, 2024.

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

Pada kedua pekerjaan dalam tabel di atas, Salon Ratu Mahkota menggunakan acuan harga per item untuk menentukan harga penawarannya. Khusus untuk pernikahan Widya untuk item catering, Salon Ratu Mahkota tidak mengambil keuntungan dan tidak memasukkannya ke dalam nilai omzet, karena untuk item tersebut Widya sudah menentukan pilihannya dan sudah membuat kontrak dengan vendor tersebut. Salon Ratu Mahkota hanya membantu penyelesaian pembayaran dan mengkoordinir. Sehingga Salon Ratu Mahkota menentukan nilai omzetnya sebesar Rp10.350.000.

Pada proyek dengan tipe ini, seringkali klien menentukan sendiri spesifikasi produk yang diinginkan. Misalkan dekorasi untuk Widya dan Yulia, keduanya diberikan nominal harga yang berbeda karena spesifikasi yang berbeda juga. Widya menginginkan dekorasi yang sederhana dan elegan. Sedangkan Yulia lebih mewah karena karena konsep pernikahannya lebih mewah. Ia juga memesan dua dekorasi yaitu untuk di rumah dan di gedung. Demikian juga dengan spesifikasi rias pengantin yang dipesan oleh Yulia yaitu rias pengantin 3 kali (akad, resepsi di rumah dengan sepasang baju pengantin dan di gedung) selama 2 hari dan rias orang tua (2 orang) untuk resepsi di gedung.

Perhitungan Biaya Proyek Pernikahan Widya dan Yulia

No.	Nilai Omzet	Jenis Biaya	Jumlah	Laba/Rugi
1.	Rp 10.350.000	Dekorasi	Rp 3.500.000	Rp 1.800.000
		Undangan	Rp 600.000	
		MC	Rp 1.000.000	
		Transport Electone	Rp 200.000	
		Dokumentasi (Foto)	Rp 750.000	
		Biaya konsultasi	Rp 500.000	
		Biaya tenaga kerja langsung	Rp 2.000.000	
Total biaya			Rp 8.550.000	
2.	Rp 21.050.000	Dekorasi (rumah dan gedung)	Rp 7.000.000	Rp 5.150.000
		Rias pengantin dan keluarga (3 kali rias pengantin, 2 ibu saat resepsi)	Rp 1.800.000	
		Entertainment electone (untuk resepsi di gedung)	Rp 1.500.000	
		Sewa baju pengantin	Rp 1.300.000	
		Biaya konsultasi	Rp 1.500.000	
		Biaya transportasi	Rp 250.000	
		Biaya komunikasi	Rp 50.000	
		Biaya tenaga kerja langsung	Rp 2.500.000	
Total biaya			Rp15.900.000	

Sumber: Salon Ratu Mahkota, 2024.

3. Klien dengan budget yang sudah ditentukan

Tipe klien dengan budget yang sudah ditentukan ini penulis mengambil dua pekerjaan yang dilakukan Oro di Lawang dan Malang. Berikut ini adalah nilai kontrak dan rincian pesannya.

Proyek Pernikahan dengan Budget

No.	Klien	Budget	Pesanan
1.	Dwi Lestari	Rp 25.000.000 (100 undangan)	Catering (<i>buffee 250 pack</i>)
			Dekorasi, tenda, kursi, karpet, <i>sound system, genset, blower.</i>
			Rias pengantin dan orangtua
			Dokumentasi (foto dan video)
			MC
			<i>Event management</i>
2.	Puspita	Rp 31.000.000 (200 undangan)	Catering
			Dekorasi
			Electone
			MC
			Dokumentasi (foto)
			Rias pengantin dan keluarga lengkap
			<i>Event management</i>

Sumber: Salon Ratu Mahkota, 2024.

Dua klien tersebut mempunyai konsep pernikahan yang berbeda. Hal ini mengharuskan Salon Ratu Mahkota menyusun spesifikasi yang berbeda juga

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

untuk penyelenggaraan pernikahan keduanya. Untuk layanan *event management* pada pernikahan Dwi Lestari, Salon Ratu Mahkota menentukan harga Rp3.000.000 sedangkan untuk pernikahan Puspita sebesar Rp4.000.000.

Proyek-proyek pernikahan Salon Ratu Mahkota memiliki gambaran bahwa masih belum ada standar perhitungan yang jelas. Dengan perhitungan-perhitungan yang selama ini dipakai oleh Salon Ratu Mahkota sangat memungkinkan terjadi biaya-biaya tak terduga yang dapat menimbulkan kerugian, seperti yang terjadi pada proyek pernikahan Dwi Lestari dan Puspita seperti yang diungkapkan pemilik Salon Ratu Mahkota kepada penulis. Berikut ini adalah perhitungan aktual pengerjaan kedua penyelenggaraan pernikahan tersebut.

Biaya Proyek Pernikahan Dwi Lestari dan Puspita

No.	Nilai Omzet	Jenis Biaya	Jumlah	Laba/Rugi
1	Rp 25.000.000	Catering	Rp 9.000.000	-Rp 2.150.000
		Dekorasi	Rp 5.000.000	
		Tenda, sound system, genset, kursi, blower, karpet	Rp 5.500.000	
		Rias pengantin dan orang tua (2 orang)	Rp 1.250.000	
		Sewa sepasang baju pengantin dan 2 pasang baju orangtua	Rp 1.400.000	
		Dokumentasi (foto dan video)	Rp 1.500.000	
		MC	Rp 1.000.000	
		Biaya transportasi	Rp 500.000	
		Biaya tenaga kerja langsung	Rp 2.000.000	
		Total biaya	Rp 27.150.000	
2	Rp 31.000.000	Catering	Rp 12.700.000	-Rp 1.700.000
		Dekorasi	Rp 8.500.000	
		Tenda, sound system, kursi	Rp 2.000.000	
		Ektore	Rp 1.500.000	
		Rias pengantin dan orang tua (1 kali)	Rp 1.500.000	
		Sewa baju pengantin dan keluarga	Rp 1.500.000	
		Dokumentasi (foto)	Rp 1.000.000	
		MC	Rp 1.000.000	
		Biaya transportasi	Rp 500.000	
		Biaya tenaga kerja langsung	Rp 2.500.000	
		Total biaya	Rp 32.700.000	

Sumber: Salon Ratu Mahkota, 2024.

Seperti yang diungkapkan sebelumnya, Salon Ratu Mahkota tidak dapat mengambil laba sesuai rencana. Dalam perjalanannya item produk yang selama ini berperan memberikan berpotensi laba adalah rias pengantin, *event management* dan dekorasi.

Dari semua perhitungan yang telah dilakukan oleh Salon Ratu Mahkota, dapat diperoleh gambaran bahwa kelebihan menggunakan metode ini adalah mudah

dan cepat. Seringkali dalam bisnis ini, kecepatan dan kemudahan penentuan harga diperlukan untuk memberikan informasi sesegera mungkin kepada calon klien. Namun, metode ini mempunyai beberapa kelemahan antara lain alokasi biaya yang belum bisa memenuhi keseluruhan kebutuhan pekerjaan, misalnya bahan langsung rias atau kosmetik. Selain itu yang tidak dapat diestimasi di awal. Hal ini mengakibatkan laba sangat tinggi karena penekanan biaya dan menimbulkan kerugian yang besar karena terjadi biaya-biaya yang tidak terduga atau membengkak.

PEMBAHASAN

Metode *job order costing* sesuai dengan karakter bisnis jasa karena memiliki karakter yang berbeda pada setiap pesanan (Blocher, Stout dan Cokins, 2015:164). Menurut keterangan yang penulis dapatkan dari pemilik Salon Ratu Mahkota, ada beberapa biaya tidak langsung yang dikeluarkan.

Biaya Tidak Langsung Salon Ratu Mahkota

No	Biaya	Jumlah yang dikeluarkan	Frek	Total	Keterangan
1	Share untuk pemilik	-	-	-	Tidak terinci
2	Biaya Pameran	Rp 300.000	1	Rp 300.000	
3	Share untuk bisnis catering	Rp 1.500.000	1	Rp 1.500.000	
4	Internal meeting	Rp 150.000	3	Rp 450.000	
5	Client's meeting	Rp 300.000	2	Rp 600.000	
6	Subsidi silang dari proyek yang bernilai besar ke proyek yang bernilai kecil	-	-	-	Tidak terinci
7	Tunjangan Hari Raya	Rp 250.000	4	Rp 1.000.000	
8	Biaya Administrasi (pembuatan stempel, kuitansi, materai dan lain lain)	Rp 517.500		Rp 517.500	
9	Pembuatan seragam	Rp 250.000	4	Rp 1.000.000	Tidak rutin
Total				Rp 5.367.500	

Sumber: Salon Ratu Mahkota, 2024.

Biaya-biaya yang dijelaskan dalam Tabel 7 tersebut selama ini tidak ikut menentukan harga jual. Horngren, Datar, dan Foster (2018:115) merumuskan langkah-langkah untuk membebaskan biaya pada sebuah job. Langkah-langkah

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

tersebut selain dapat digunakan untuk sektor manufaktur juga dapat digunakan untuk perusahaan di sektor jasa. Berikut ini adalah langkah-langkah dan aplikasinya pada Salon Ratu Mahkota.

1. Mengidentifikasi pekerjaan yang dipilih sebagai objek biaya. Objek biaya pada Salon Ratu Mutiara adalah rias pengantin dan layanan *event management*.
2. Mengidentifikasi biaya langsung pekerjaan. Biaya-biaya langsung yang dibebankan pada rias pengantin dan *event management* hampir sama yaitu biaya tenaga kerja langsung dan biaya komunikasi. Kecuali pada rias pengantin terdapat biaya bahan langsung berupa kosmetik dan bunga hias yang dihitung dengan menggunakan biaya normal atau aktual.

Untuk menghitung biaya bahan langsung berupa bunga ditentukan dari rata-rata pembelian bunga melati dan bunga lainnya untuk sekali rias. Salon Ratu Mahkota biasanya menghabiskan dana antara Rp150.000 sampai dengan Rp285.000 tergantung model bunga melati dan jenis bunga yang dipakai untuk merias.

Sedangkan untuk bahan kosmetik sulit untuk menelusuri biaya persediaan yang dipakai karena setiap item kosmetik mempunyai masa pakai yang berbeda apalagi jika merknya berbeda. Langkah yang paling mudah adalah dengan mengambil selisih antara biaya target dan komponen biaya lainnya apabila menggunakan metode penentuan harga target pricing.

Biaya tenaga kerja langsung biasanya ditentukan sesuai dengan kebijakan perusahaan. Kebijakan pemberian fee atau gaji yang selama ini diterapkan Salon Ratu Mutiara didasarkan pada besarnya tanggung-jawab, misalnya sebagai penanggung jawab proyek. Selain itu juga berdasarkan lama kerja sebelum, pada saat dan setelah acara dan skill yang dimiliki. Dapat dikatakan bahwa kebijakan pemberian fee di Salon Ratu Mutiara masih subjektif.

Pengalaman atas pekerjaan-pekerjaan yang telah dilakukan, setiap proyek Salon Ratu Mutiara menetapkan biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp2.000.000 per hari untuk area dalam kota dan menambahkan biaya sebesar Rp500.000 untuk luar kota. Untuk jasa perias Salon Ratu Mutiara menentukan fee perias normalnya sebesar Rp500.000 per hari.

3. Memilih dasar alokasi biaya yang digunakan untuk mengalokasikan biaya tidak langsung.

Kemudian menghitung tarif dasar yang digunakan untuk mengalokasikan biaya tidak langsung serta menghitung biaya tidak langsung yang dialokasikan ke job. Karena Salon Ratu Mutiara tidak membebankan biaya tidak langsung pada penentuan harga jualnya, maka penulis tidak akan menghitung biaya tidak langsung (*overhead*) pada perhitungan harga pokok produksi dengan metode *job order costing*.

Namun, kedepannya Salon Ratu Mutiara perlu menelusuri biaya-biaya tidak langsung dan memasukkannya dalam unsur penetapan harga. Biaya-biaya

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

tidak langsung (overhead) tersebut antara lain: biaya listrik, biaya depresiasi peralatan kantor, biaya telpon, biaya depresiasi baju pengantin, biaya depresiasi peralatan rias pengantin, biaya perlengkapan kantor, dan biaya tunjangan hari raya.

4. Menghitung biaya total job dengan menambahkan semua biaya.

Berikut ini adalah perhitungan biaya rias pengantin dengan spesifikasi 1 kali rias pengantin dengan harga Rp1.500.000 dan laba Rp300.000 (20% dari harga).

Biaya Rias Pengantin dengan Metode *Job Order Costing*

a. Biaya tenaga kerja langsung	Rp 500.0000
(Fee Perias)	
b. Biaya konsultasi	Rp 150.000
c. Bahan langsung:	
Bunga melati	Rp 250.000
Baby bride	Rp 20.000
Bunga aster	Rp 15.000
Kosmetik	Rp 415.000
Total biaya	Rp 1.200.000

Untuk mengetahui perbandingan penetapan harga antara metode yang digunakan Salon Ratu Mahkota sebelumnya dengan metode harga target (target pricing) dan cost-plus pricing, perhitungan-perhitungan pada sub bab sebelumnya akan disajikan dalam tabel berikut ini.

Perbandingan Penetapan Harga Jasa Rias Pengantin Ratih (dalam ribuan)

Metode Awal			Metode Target Pricing		
Harga	Biaya	Selisih (laba/rugi)	Harga	Biaya	Selisih (laba/rugi)
Rp 2.000	Rp 1.450	Rp 550	Rp 2.000	Rp 1.600	Rp 400

Sumber: Data diolah, 2024.

Perbandingan Penetapan Harga Job dengan Penawaran (dalam ribuan)

Klien	Metode Awal			Metode Kombinasi (Cost-Plus Pricing dan Target Pricing)		
	Harga	Biaya	Selisih (laba/rugi)	Harga	Biaya	Selisih (laba/rugi)
Widya	Rp 10.350	Rp 8.550	Rp 1.800	Rp 11.790	Rp 9.050	Rp 2.740
Yulia	Rp 21.000	Rp 15.900	Rp 5.100	Rp 22.770	Rp 18.830	Rp 3.870

Sumber: Data diolah, 2024.

Perbandingan Penetapan Harga Job dengan Budget

Klien	Jenis Biaya	Metode Awal	Metode Target Pricing
Dwi Lestari	Catering	Rp 9.000.000	Rp 6.000.000
	Dekorasi	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
	Tenda, sound system, genset, kursi, blower, karpet	Rp 5.500.000	Rp 4.500.000
	Rias pengantin dan orangtua (2 orang)	Rp 1.250.000	Rp 1.000.000
	Sewa sepasang baju pengantin dan 2 pasang baju orangtua	Rp 1.400.000	Rp 1.000.000
	Dokumentasi (foto dan video)	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
	MC	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
	Biaya transportasi	Rp 500.000	Rp 500.000
	Biaya tenaga kerja langsung	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
	Total biaya	Rp 27.150.000	Rp 22.500.000
	Laba (Rugi)	(Rp 2.150.000)	Rp 2.500.000
Puspita	Catering	Rp 12.700.000	Rp 12.700.000
	Dekorasi	Rp 8.500.000	Rp 7.000.000
	Tenda, sound system, kursi	Rp 2.000.000	Rp 1.500.000
	Electione	Rp 1.500.000	Rp -
	Rias pengantin dan orangtua (1 kali)	Rp 1.500.000	Rp 1.200.000
	Sewa baju pengantin dan keluarga	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
	Dokumentasi (foto)	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
	MC	Rp 1.000.000	Rp 500.000
	Biaya transportasi	Rp 500.000	Rp 500.000
	Biaya tenaga kerja langsung	Rp 2.500.000	Rp 2.000.000
	Total biaya	Rp 32.700.000	Rp 27.900.000
	Laba (Rugi)	(Rp 1.700.000)	Rp 3.100.000

Sumber: Data diolah, 2024.

Perbandingan penentuan harga rias pengantin menunjukkan hal yang berbeda. Pada penentuan harga menggunakan metode target pricing biaya rias pengantin menjadi lebih besar dan keuntungannya menjadi lebih kecil dibandingkan dengan penentuan harga yang dilakukan Salon Ratu Mutiara sebelumnya. Namun dengan menggunakan metode target pricing Salon Ratu Mutiara dapat mengalokasikan sejumlah nominal untuk biaya bahan langsung atau kosmetik seperti pada penentuan biaya rias pengantin menggunakan job order costing.

Kemudian, pada tabel ada perbedaan pada harga, biaya dan laba yang dihasilkan oleh perhitungan dengan menggunakan metode Salon Ratu Mutiara sebelumnya dan kombinasi metode cost-plus pricing dan target pricing. Pada pernikahan Widya, baik harga, biaya maupun laba menjadi lebih besar setelah dihitung dengan metode cost-plus pricing dan target pricing. Hal yang berbeda terjadi pada pernikahan Yulia, harga dan biaya

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

menjadi lebih besar sedangkan laba menjadi lebih kecil. Hal ini menunjukkan bahwa ada ketidakkonsistenan biaya dan laba yang dihasilkan dari perhitungan Salon Ratu Mutiara dengan metode yang digunakan. Penentuan harga Salon Ratu Mutiara dengan metode sebelumnya tidak dapat menentukan estimasi laba di awal, sehingga sebuah proyek dapat berpotensi mendapatkan laba yang sangat tinggi dan mengalami kerugian.

Tabel yang menggambarkan perbedaan penentuan harga Salon Ratu Mutiara untuk proyek pernikahan Dwi Lestari dan Puspita yang menggunakan metode yang lama dengan menggunakan metode target pricing. Pada perhitungan yang lama, baik pernikahan Dwi Lestari maupun pernikahan Puspita, Salon Ratu Mahkota mengalami kerugian yang cukup besar. Hal ini terjadi karena pengeluaran tak terduga yang tidak sesuai dengan estimasi awal terhadap budget yang ditentukan oleh Dwi Lestari dan Puspita. Namun, setelah menggunakan perhitungan dengan metode target pricing baik proyek pada pernikahan Dwi Lestari maupun Puspita terdapat target laba yang ditentukan di awal. Selisih antara budget dan target laba menghasilkan biaya yang akan dialokasikan untuk kebutuhan masing-masing.

Dari biaya target dari perhitungan proyek Dwi Lestari dan Puspita tidak bisa dialokasikan seperti pada perhitungan dengan metode yang digunakan Salon Ratu Mahkota sebelumnya, beberapa spesifikasi yang harus dihapus atau dikurangi. Hal ini dilakukan dengan tetap

mempertimbangkan kualitas setiap item yang dibutuhkan.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan dalam penelitian ini merupakan hasil evaluasi atas penetapan harga jual jasa pada Salon Ratu Mahkota. Penetapan harga yang selama ini diterapkan oleh Salon Ratu Mahkota dipengaruhi oleh harga pasar dan vendor yang dipilih. Selain itu, tipe calon klien yang datang juga mempengaruhi, misalnya calon klien yang datang dengan meminta penawaran dan yang datang dengan menentukan budget yang akan mereka keluarkan. Begitu pula dengan selera dan keinginan calon klien. Metode penetapan harga yang selama ini diterapkan oleh Salon Ratu Mahkota memiliki kemudahan dan kecepatan untuk menyediakan informasi harga yang dibutuhkan. Akan tetapi dalam pelaksanaannya, metode ini mempunyai banyak kekurangan yaitu sangat mudah terjadi kerugian karena beberapa komponen biaya yang penting dapat diketahui ketika pekerjaan selesai dilakukan. Hal ini mengakibatkan Salon Ratu Mahkota tidak dapat menentukan laba yang diharapkan, laba terkadang sangat tinggi tetapi pada beberapa proyek kerugian yang cukup besar tidak dapat dihindari.

Saran

Metode penetapan harga yang selama ini diterapkan oleh Salon Ratu Mahkota masih belum mendukung semua tujuan operasional perusahaan. Salon Ratu Mahkota disarankan hendaknya menerapkan metode *cost-plus pricing* dan *target pricing* untuk menetapkan harga

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

jualnya. Salon Ratu Mahkota hendaknya memiliki dan menerapkan standar yang jelas untuk persentase laba yang diharapkan serta beberapa komponen biaya penyusun harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2020. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Blocher, Edward J., Stout, David E. dan Cokins, Gary. 2015. *Manajemen Biaya, Pendekatan Strategis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Departemen Agama RI. 2015. *Al-Qur'an dan Terjemahannya: Juz 1-30*. PT. Kumudasmoro Grafindo Semarang, Jakarta.
- Dunia, Firsdaus Ahmad, Wasilah Abdullah, dan Catur Sasongko. 2018. *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat, Jakarta.
- Fitriyah, Neny. 2016. Evaluasi Penetapan Harga Jual Jasa *Wedding Organizer* (Studi Kasus pada Oro Islamic Wedding and Event Organizer). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1 (2): 2016, hal.2-6.
- Garrison, Ray H. dan Eric W. Noreen. 2013. *Akuntansi Manajerial*. Salemba Empat, Jakarta.
- Hansen, Don R. dan Maryanne M. Mowen. 2016. *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat, Jakarta.
- Hornrgren, Charles T., Srikant M. Datar, dan George Foster. 2018. *Akuntansi Biaya*. Erlangga, Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2018. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta, Bandung. JAE: *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*,
- Kondoy, I.M., Ventje Ilat, dan Winston Pontoh. 2015. Penerapan *Cost Plus Pricing* Dalam Keputusan Penetapan Harga Jual untuk Pesanan Khusus pada UD. Dewa Bakery Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15 (30): 2015, hal.141-151.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks, Jakarta.
- Krismiaji. 2020. *Sistem Informasi Akuntansi*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Mirawati. 2017. Penentuan Harga Pokok Produksi pada CV Mebel Kurnia di Kabupaten Berau. *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Berau.
- Mulyadi, 2018. *Akuntansi Biaya: Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya*. BPFE, Yogyakarta.
- _____. 2015. *Akuntansi Biaya*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Munawaroh, S. 2022. Pengaruh Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Terhadap Pengendalian Biaya. *JES [Jurnal Ekonomi STIEP]*, Vol.7 No.1: Mei 2022, Hal.63-72.
- _____. 2020. Analisis Metode Pencatatan Persediaan Air Mineral Aqua pada UD Kaltim Makmur di Kabupaten Berau. *JES [Jurnal Ekonomi STIEP]*, Vol.5 No.2: November 2020, Hal.37-44.
- _____. 2020. Analisis Depresiasi Aktiva Tetap dan Dampaknya pada Laba PT Maja Prima Utama. *Musamus Accounting Journal*, Vol.3 No.1, Hal.1-8.
- _____. 2021. Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban pada PT Jasa Raharja (Persero) Sub-Kantor

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

- Perwakilan di Kabupaten Berau. *Musamus Accounting Journal*, Vol.4 No.1: 2021, Hal.32-37.
- _____. 2019. Pengaruh Independensi dan Motivasi Terhadap Kualitas Audit pada Kantor Inspektorat Kabupaten Berau. *JEMMA: Journal of Economic, Management and Accounting*, Vol.2, Hal.27-35.
- _____. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Hasil Audit di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Berau. *JES [Jurnal Ekonomi STIEP]*, Vol.4 No.1: Mei 2019, Hal.46-56.
- _____. 2018. Efek Moderasi dari Komitmen Organisasi, Budaya Organisasi dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Hubungan Antara Partisipasi Penyusunan Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Pemerintah Kota Makassar. *Accountia; Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal*, Vol.2 No.1: April 2018, Hal.41-52.
- _____. 2017. Analisis Laporan Keuangan pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Bepede KS Cabang Berau di Tanjung Redeb. *ACCOUNTIA: Accounting, Trusted, Inspiring, Authentic Journal*, Vol.1 No.2: Oktober 2017, Hal.91-105.
- _____. 2017. Analisis Penerapan Metode Penyusutan Aktiva Tetap dan Pengaruhnya Terhadap Laba CV Al-Gazali di Kabupaten Berau. *ACCOUNTIA: Accounting, Trusted, Inspiring, Authentic Journal*, Vol.1 No.1: April 2017, Hal.56-66.
- Munawaroh, S. dan Syafira Ramadhani. 2022. Analisis Perhitungan Pajak Penghasilan (Pph) Pasal 21 Karyawan Tetap Berdasarkan *Gross up Method* pada PT Taubah Jaya Abadi di Tanjung Redeb. *Accountia Journal (Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)*, Vol.6 No.1, Hal.1-8.
- Munawaroh, S. dan Muhammad Taufiq. 2022. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing pada Usaha Mikro (Studi Kasus UMKM Umbaring Berau). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Terapan (JESIT)*, Vol.3 No.1: Juni 2022, Hal.129-144.
- Munawaroh, S. dan Faisal Akbar Fathoni. 2021. Analisis Penerapan *Activity Based Costing System* Dalam Menentukan Harga Pokok Penjualan *Food & Beverage* Hotel Bumi Segah Berau. *JES [Jurnal Ekonomi STIEP]*, Vol.6 No.2: November 2021, Hal.9-15.
- Munawaroh, S. dan Frendyka Junaedi Abdillah. 2020. Pengaruh Jumlah Pelanggan dan Jumlah Kwh Terhadap Penerimaan Pajak Penerangan Jalan di Kabupaten Berau (Studi Kasus pada PT PLN (Persero) UP3 Berau untuk Kelompok Rumah Tangga). *Accountia Journal*, Vol.4 No.2: Oktober 2020, Hal.112-125.
- Munawaroh, S. dan Utami Paramita. 2019. Analisis Pencapaian Laba pada PT POS Indonesia (Persero) Tanjung Redeb. *ACCOUNTIA JOURNAL Accounting Trusted, Inspiring, Aunthentic Journal*, Vol.3, Hal.307-318.
- Putri, R. F., Tony Soebijono, dan Martinus Sony Erstiawan. 2018. Relevansi Metode Cost Plus Pricing untuk Menentukan Harga Pokok Produksi pada Konveksi. 7 (3): 2020.

Accountia Journal

(Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)

Vol.09, No.01, April 2025, pp. 50 – 63

ISSN 2620-5335 (Online), ISSN 2622-8270 (Print)

Journal homepage: <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/accountia>

- Rahmatika, D., Agus Topo Subekti, dan Ihsan Juliansyah. 2022. Analisis Penentuan Harga Jual Mesin Pengaduk Dodol Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing*.
- Ratnasari, W. dan Siti Munawaroh. 2019. Analisis Kinerja Belanja Dalam Laporan Realisasi Anggaran (LRA) pada Dinas Sosial Kabupaten Berau. *JEMMA*, Vol.2 No.1: Maret 2019, Hal.49-58.
- Siregar, Baldric, Bambang Suripto, dan Dodi Hapsori. 2018. *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Akuntansi Biaya: Teori dan Penerapannya*, Penerbit Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sumilat, Zinia Th. A. 2013. Penentuan Harga Pokok Penjualan Kamar Menggunakan *Activity Based Costing* pada RSUD Pancaran Kasih GMIM. *Jurnal EMBA*, 1 (3): September 2013, hal.454-464.
- Sunarto. 2016. *Akuntansi Biaya*. Amus, Yogyakarta.
- Supriyono. 2015. *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. BPFE. Yogyakarta.
- Tongkad, S. C., Zulkifli Bokiu, dan Amir Lukum. 2022. Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing* pada Keripik Pisuke Kota Gorontalo. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1 (3): Desember 2022, hal.198-207.
- Wulandari, Nita. 2021. Evaluasi Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing* Pada UMKM Saputra Snack di Kota Bontang. *eJournal Administrasi Bisnis*, 9 (2), 2021
- Zimmerer, Thomas W. dan Norman M. Scarborough. 2015. *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Indeks, Jakarta.