

## Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Dan *Mark Up Pricing* pada Cv. Tumou Pratama

Chriseva D F Voerman<sup>1</sup>, Jullie J Sondakh<sup>2</sup>, Meily Y B Kalalo<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Jl. Kampus Unsrat Bahu, Manado 95115, Indonesia

E-mail:

<sup>1</sup>[voermaneva@gmail.com](mailto:voermaneva@gmail.com); [julliesondakh@yahoo.com](mailto:julliesondakh@yahoo.com) ; [yokebetsymeily@gmail.com](mailto:yokebetsymeily@gmail.com)

### ABSTRACT

*The success of the company in achieving the targeted profit cannot be separated from the role of good management and being able to make company strategies, one of which is the selling price. Determining the selling price based on costs in the simplest form, namely the cost plus pricing method and the mark up pricing method. The cost plus pricing method is a method in the form of a company approach to be able to determine the selling price of a unit product where this selling price can cover all costs. The mark up pricing method is a method that is generally used by traders whose business is to buy and resell the goods after other costs have been added. The purpose of this study was to determine the right selling price for the company CV. Tumou Pratama is engaged in the wooden house industry by comparing the cost plus pricing method and the mark up pricing method. The method used is descriptive qualitative research method. Based on the research results, the selling price for the large type and the extra type in the cost plus pricing method and the mark up pricing method is higher than the company's selling price. This is not only because the company still calculates a small amount of desired profit, the company also does not calculate the cost per type of wooden house where each process of making wooden house products has a different cost from other types.*

*Keywords: Selling Price, Cost Plus Pricing, Mark Up Pricing.*

### ABSTRAK

Keberhasilan perusahaan dalam mencapai laba yang ditargetkan tidak lepas dari peran manajemen yang baik dan mampu membuat strategi perusahaan salah satunya harga jual. Penentuan harga jual berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana yaitu metode cost plus pricing dan metode mark up pricing. Metode cost plus pricing merupakan suatu metode berupa pendekatan perusahaan untuk dapat menentukan harga jual suatu produk satuan dimana harga jual ini dapat menutupi seluruh biaya. Metode mark up pricing merupakan metode yang umumnya digunakan oleh para pedagang yang usahanya adalah membeli dan menjual kembali barang tersebut setelah ditambahkan biaya lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan harga jual yang tepat bagi perusahaan CV. Tumou Pratama bergerak di bidang industri rumah kayu dengan membandingkan metode cost plus pricing dan metode mark up pricing. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, harga jual tipe large dan extra type pada metode cost plus pricing dan metode mark up pricing lebih tinggi dari harga jual perusahaan. Hal ini tidak hanya karena perusahaan masih menghitung keuntungan yang diinginkan kecil, perusahaan juga tidak menghitung biaya per jenis rumah kayu dimana setiap proses pembuatan produk rumah kayu memiliki biaya yang berbeda dengan jenis lainnya.

Kata kunci: Harga Jual, Harga Biaya Plus, Harga Mark Up

### 1. PENDAHULUAN.

Berhasilnya perusahaan dalam mencapai laba yang ditargetkan tidak lepas dari peran manajemen yang baik dan mampu membuat strategi pemasaran. Salah satu faktor dalam strategi pemasaran adalah bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Selain produk yang harus memiliki kualitas yang diatas rata-rata, harga jual juga sangat mempengaruhi perhatian konsumen untuk membeli suatu produk. Penentuan harga jual dengan pendekatan biaya menggunakan informasi biaya penuh dapat memberikan informasi kepada manajemen dalam mengambil keputusan..

Metode *cost plus pricing* adalah metode berupa pendekatan perusahaan untuk dapat menentukan harga jual produk persatuan dimana dengan harga jual ini dapat menutupi seluruh biaya dan menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang diinginkan perusahaan. Metode *mark up pricing* adalah metode yang umumnya digunakan oleh para pedagang yang usahanya membeli dan menjual

Diterima: 11-01-2023; Disetujui untuk Publikasi: 18-01-2023

Hak Cipta © oleh Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum

p-ISSN: 24072-361X

kembali barang tersebut setelah sudah ditambahkan biaya lainnya. Biasanya besar mark up adalah keseluruhan biaya operasi dan keuntungan yang diinginkan.

Perusahaan CV. Tumou Pratama adalah perusahaan dagang yang bergerak dibidang produksi dan penjualan rumah kayu yang didirikan oleh Bapak Stefanus T. Wetik, SH yang berdiri pada tanggal 8 Agustus tahun 2014 yang bertempat di Kelurahan Woloan 1 Kecamatan Tomohon Barat. Perusahaan CV. Tumou Pratama membuat dan menjual rumah kayu dengan beberapa tipe. Dilihat dari sudut pandang keuangan, perusahaan ini mengalami penurunan laba walaupun tidak mencapai titik kerugian. Faktor dari menurunnya laba salah satunya dipengaruhi oleh harga jual yang tidak tepat. Dalam menghitung harga jual, perusahaan hanya melakukan estimasi biaya. Perusahaan juga tidak memasukkan komponen biaya secara menyeluruh yaitu hanya memasukan biaya produksi selama sebulan sedangkan waktu proses produksi untuk dua tipe dari empat tipe rumah kayu ini memakan waktu lebih dari satu bulan. Penulis bertujuan menghitung harga jual menggunakan dua metode dan akan menentukan metode mana yang terbaik dan cocok bagi perusahaan dan memutuskan untuk memberi judul skripsi ini **“Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Dan Mark Up Pricing Pada CV. Tumou Pratama”**.

### **Akuntansi Manajemen**

Salman (2017:2) menyatakan akuntansi manajemen adalah pengembangan dan penerapan berbagai teknik pencatatan (*recording*), analisis, interpretasi dan presentasi, membuat perhitungan keuangan, perhitungan biaya, dan data lain yang aktif dan efektif dalam menjalankan fungsi kinerja manajerial, yaitu, perencanaan, pengambilan keputusan dan pengendalian.

### **Informasi Akuntansi Manajemen**

Menurut Salman dan Mochammad (2017:9) informasi akuntansi manajemen dibagi menjadi tiga tipe yaitu: (a) Informasi akuntansi penuh berisi informasi masa yang akan datang bermanfaat untuk: penyusunan rencana atau program, penentuan harga jual normal, penentuan harga transfer internal, dan penentuan harga jual yang diatur oleh pemerintah. (b) Informasi akuntansi pertanggungjawaban adalah informasi aktiva, pendapatan dan/atau biaya yang dihubungkan dengan manajer yang bertanggungjawab atas pusat pertanggungjawaban tertentu. (c) Informasi Akuntansi Diferensial adalah taksiran perbedaan aktiva, pendapatan, dan atau biaya dalam alternatif tindakan yang lain.

### **Akuntansi Biaya**

Menurut Nugroho (2017:4) Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, pengikhtisaran, dan penyajian laporan mengenai transaksi keuangan yang berhubungan dengan biaya pembuatan barang jadi. Adapun tujuan akuntansi biaya secara singkat adalah menyediakan laporan harga pokok produksi yang dibutuhkan oleh manajer perusahaan untuk menentukan berbagai keputusan.

### **Harga Pokok Produksi**

Harga pokok produksi merupakan perhitungan harga yang melibatkan seluruh biaya dalam proses produksi untuk membantu dalam proses perhitungan harga jual selama periode tertentu. Terdapat dua pendekatan untuk menghitung harga pokok produksi, yaitu pendekatan *full costing* dan *variable costing*. Penelitian ini menggunakan *full costing*.

### **Penentuan Harga Jual**

#### **1. Mark Up Pricing**

*Mark up pricing* umumnya digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan membeli dan menjual kembali barang dan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan mark up yang diinginkan pada harga beli. *Mark up* adalah selisih antara harga jual suatu produk atau jasa dengan harga pokoknya. Selisih ini biasanya dinyatakan sebagai presentase dari biaya yang dapat diperhitungkan. Metode *mark up* dalam menghitung harga jual yaitu dengan cara menghitung total biaya produksi atau harga beli dan setelah itu menambahkan *mark up* yang diinginkan. Dalam

menghitung harga jual menggunakan metode *mark up pricing* menggunakan rumus : **Harga Jual = Harga beli (total biaya produksi) + Mark up**

## 2. *Cost Plus Pricing*

*Cost Plus Pricing* merupakan salah satu metode untuk menentukan suatu harga produk yang akan dijual. *Cost plus pricing* sangat membantu dalam menentukan harga jual, metode ini sangat umum dipakai perusahaan dan pemakaiannya sangat mudah dan sederhana. *Cost plus pricing* merupakan penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Dalam menghitung harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* menggunakan rumus : **Harga Jual = Taksiran Biaya Penuh + Laba yang Diharapkan**

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian untuk memahami fenomena yang dialami oleh perusahaan serta memberikan gambaran atau penjelasan keadaan perusahaan yang sebenarnya.

Penelitian Bertempat di CV. Tumou Pratama dengan alamat Jl. Sreko, Woloan Satu, Tomohon Barat, Kota Tomohon dan lamanya waktu penelitian yaitu bulan April 2022 sampai selesai.

### 2.1. Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data

a. Jenis data :

1. Data Kualitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk uraian. Data ini merupakan sejarah perusahaan dan kegiatan produksi CV. Tumou Pratama.
2. Data Kuantitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk angka-angka, yaitu data biaya produksi dan non produksi bulan Maret 2022 dan berapa laba yang diharapkan oleh perusahaan CV. Tumou Pratama.

b. Sumber data adalah primer. Data yang dimaksud yakni sejarah perusahaan, struktur organisasi, kegiatan produksi, biaya produksi dan non produksi bulan Maret 2022 dan berapa laba yang diharapkan oleh perusahaan.

c. Metode Pengumpulan Data :

1. Wawancara atau tanya-jawab dengan pimpinan perusahaan CV. Tumou Pratama yaitu Bapak Stefanus Wetik, SH untuk mendapatkan informasi data yang relevan secara lisan yang berhubungan dengan kegiatan produksi dan harga jual.
2. Dokumentasi yang dilakukan untuk memperoleh atau mencatat data yaitu sejarah perusahaan, struktur organisasi, serta biaya produksi dan non produksi pada bulan Maret 2022 dan berapa laba yang diharapkan oleh perusahaan.

### 2.2. Metode dan Proses Analisis

1. Melakukan wawancara dan dokumentasi kepada pimpinan perusahaan CV. Tumou Pratama mengenai data yang menjadi fokus penelitian berupa sejarah perusahaan, struktur organisasi, kegiatan produksi, biaya produksi dan non produksi bulan Maret 2022 dan berapa laba yang diharapkan oleh perusahaan.
2. Peneliti mengolah data dengan menghitung harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing dari data biaya produksi dan non produksi bulan Maret 2022 dari perusahaan CV. Tumou Pratama.
3. Peneliti menggunakan teori Nainggolan dan Sipahutar (2020 : 67) menyatakan bahwa metode penentuan harga jual yaitu menggunakan metode *cost plus pricing* dan metode *mark up pricing* .
4. Peneliti membandingkan harga jual yang sudah dihitung menggunakan metode *cost plus pricing* dengan rumus Harga Jual =Taksiran Biaya Penuh + Laba yang Diharapkan dan *mark up pricing* dengan rumus Harga Jual = Harga beli (total biaya produksi) + *Mark up* dengan harga jual yang digunakan perusahaan. Selanjutnya peneliti menganalisis dan membahas hasil penelitian pada CV. Tumou Pratama.
5. Tahap akhir, peneliti menarik kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan dan memberikan saran jika ditemukan adanya kekurangan di perusahaan CV. Tumou Pratama.

### 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil Penelitian

CV Tumou Pratama adalah salah satu usaha rumah kayu yang ada di Tomohon Barat yang bisa disebut sebagai sentra produksi dengan usaha rumah kayu yang bersistem bongkar pasang dengan harga Rp 2.000.000 / m<sup>2</sup>. CV. Tumou Pratama memiliki empat unit rumah kayu, yaitu tipe kecil (36 m<sup>2</sup>), tipe sedang (70 m<sup>2</sup>), tipe besar (112 m<sup>2</sup>) dan tipe ekstra (198 m<sup>2</sup>). Proses produksi tiap tipe memakan waktu yang berbeda, untuk tipe kecil (36 m<sup>2</sup>) 12 hari 6 orang TKL, tipe sedang (70 m<sup>2</sup>) 24 hari 6 orang TKL, tipe besar (112 m<sup>2</sup>) 48 hari 10 orang TKL, dan tipe ekstra (198 m<sup>2</sup>) 96 hari 12 orang TKL.

#### 3.2 Pembahasan

##### 3.2.1 Biaya Produksi

##### 1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku dalam pembuatan rumah kayu ada dua yaitu kayu besi dan kayu meranti merah yang dipesan langsung dari pemasok kayu Bolaang Mongondow Selatan.

##### 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Dalam memproduksi rumah kayu CV. Tumou Pratama memiliki 27 orang tenaga kerja, terdiri dari 1 orang kepala tukang dan 26 orang tukang

##### 3. Biaya *Overhead* Pabrik

Berikut data biaya overhead pabrik dari perusahaan yang membantu secara tidak langsung dalam membuat bahan baku menjadi produk rumah kayu. Biaya Penyusutan mesin Rp 1.826.256,-, per tahun, biaya sewa lahan lokasi proses produksi Rp 5.000.000,-, per tahun, Biaya pemeliharaan kendaraan Rp 2.500.000,-, biaya bahan bakar operasional Rp 200.000,- per minggu, biaya listrik Rp 650.000,- per bulan, dan pajak kendaraan Rp 2.200.000,- per tahun

Tabel 4.1 Biaya produksi

| Tipe                              | Bahan Baku   | Tenaga Kerja Langsung | Overhead Pabrik |
|-----------------------------------|--------------|-----------------------|-----------------|
| Tipe Kecil (36 m <sup>2</sup> )   | Rp21.367.500 | Rp 12.900.000         | Rp 982.860      |
| Tipe Sedang (70 m <sup>2</sup> )  | Rp38.919.100 | Rp 25.800.000         | Rp 1.965.720    |
| Tipe Besar (112 m <sup>2</sup> )  | Rp59.073.700 | Rp 85.200.000         | Rp 3.931.440    |
| Tipe Ekstra (198 m <sup>2</sup> ) | Rp87.057.100 | Rp 204.000.000        | Rp 7.862.880    |

Sumber : Diolah dari data primer, Mei 2022

##### 3.2.2 Biaya Non Produksi

Tabel 4.2 Biaya Non Produksi Bulan Januari – Maret 2022 CV. Tumou Pratama

| No | Keterangan                            | Januari      | Februari     | Maret        |
|----|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| 1  | Biaya Website                         | Rp 50.000    | Rp 50.000    | Rp 50.000    |
| 2  | Biaya Pemasaran                       | Rp 2.600.000 | Rp 2.300.000 | Rp 2.500.000 |
| 3  | Biaya Administrasi & Umum             | Rp 3.700.000 | Rp 3.200.000 | Rp 3.500.000 |
| 4  | Gaji Pegawai Rp 3.300.000,- x 2 orang | Rp 6.600.000 | Rp 6.600.000 | Rp 6.600.000 |
|    | <b>TOTAL</b>                          | Rp12.950.000 | Rp12.150.000 | Rp12.650.000 |

Sumber : CV. Tumou Pratama

##### 3.2.3 Menghitung Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing*

Tabel 4.3 Harga Pokok Produksi CV. Tumou Pratama

| Keterangan                     | Tipe Kecil (36 m <sup>2</sup> ) | Tipe Sedang (70 m <sup>2</sup> ) | Tipe Besar (112 m <sup>2</sup> ) | Tipe Ekstra (198 m <sup>2</sup> ) |
|--------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| Biaya produksi :               |                                 |                                  |                                  |                                   |
| Bahan Baku                     | Rp 21.367.500                   | Rp 38.919.100                    | Rp 59.073.700                    | Rp 87.057.100                     |
| Tenaga Kerja Langsung          | Rp 12.900.000                   | Rp 25.800.000                    | Rp 85.200.000                    | Rp 204.000.000                    |
| Overhead Pabrik                | Rp 982.860                      | Rp 1.965.720                     | Rp 3.931.440                     | Rp 7.862.880                      |
| Total biaya produksi (a)       | Rp 35.250.360                   | Rp 66.684.820                    | Rp 148.205.140                   | Rp 298.919.980                    |
|                                |                                 |                                  |                                  |                                   |
| Biaya non produksi (b)         | Rp 12.950.000                   | Rp 12.950.000                    | Rp 25.100.000                    | Rp 37.750.000                     |
|                                |                                 |                                  |                                  |                                   |
| Harga Pokok Produksi (a) + (b) | <b>Rp 48.200.360</b>            | <b>Rp 79.634.820</b>             | <b>Rp 173.305.140</b>            | <b>Rp 336.669.980</b>             |

Sumber : Diolah dari data primer, Mei 2022

Pada Tabel di atas penulis menghitung harga pokok produksi menggunakan metode full costing. Pada biaya non produksi tipe kecil (36 m<sup>2</sup>) dan tipe sedang (70 m<sup>2</sup>) penulis hanya memasukkan biaya non produksi bulan Januari sesuai dengan proses produksi, pada biaya non produksi tipe besar (112 m<sup>2</sup>) penulis memasukkan biaya non produksi 2 bulan yaitu bulan Januari dan Februari mengikuti proses produksi yang mencapai 2 bulan pengerjaan, kemudian untuk harga non produksi tipe ekstra (198 m<sup>2</sup>) penulis memasukkan biaya non produksi 3 bulan sesuai dengan proses produksi yang dihitung sampai 3 bulan pengerjaan yaitu bulan Januari, Februari dan Maret.

### 3.2.4 Menghitung Harga Jual Menggunakan Metode Cost Plus Pricing dan Mark Up Pricing

Dalam menghitung metode cost plus pricing perusahaan CV. Tumou Pratama menginginkan laba sebesar 35% dari harga pokok produksi (Taksiran biaya penuh) pada setiap tipe rumah kayu dan pada metode mark up pricing perusahaan menginginkan mark up sebesar 70% dari total biaya produksi pada setiap tipe rumah kayu.

#### 1. Tipe kecil (36 m<sup>2</sup>)

$$\begin{aligned} \text{a. Cost Plus Pricing} &= \text{Taksiran biaya penuh} + (35\% \times \text{Taksiran biaya penuh}) \\ &= \text{Rp } 48.200.360 + (35\% \times \text{Rp } 48.200.360) \\ &= \text{Rp } 48.200.360 + \text{Rp } 16.870.126 \\ &= \text{Rp } 65.070.486 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{b. Mark Up Pricing} &= \text{Total biaya produksi} + \text{Mark Up} \times \text{Total biaya produksi} \\ &= \text{Rp } 35.250.360 + (70\% \times \text{Rp } 35.250.360) \\ &= \text{Rp } 35.250.360 + \text{Rp } 24.675.252 \\ &= \text{Rp } 59.925.612 \end{aligned}$$

#### 2. Tipe Sedang (70 m<sup>2</sup>)

$$\begin{aligned} \text{a. Cost Plus Pricing} &= \text{Taksiran biaya penuh} + (35\% \times \text{Taksiran biaya penuh}) \\ &= \text{Rp } 79.634.820 + (35\% \times \text{Rp } 79.634.820) \\ &= \text{Rp } 79.634.820 + \text{Rp } 27.872.187 \\ &= \text{Rp } 107.507.007 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{b. Mark Up Pricing} &= \text{Total biaya produksi} + \text{Mark Up} \times \text{Total biaya produksi} \\ &= \text{Rp } 66.684.820 + (70\% \times \text{Rp } 66.684.820) \\ &= \text{Rp } 66.684.820 + \text{Rp } 46.679.374 \\ &= \text{Rp } 113.364.194 \end{aligned}$$

#### 3. Tipe Besar (112 m<sup>2</sup>)

$$\begin{aligned} \text{a. Cost Plus Pricing} &= \text{Taksiran biaya penuh} + (35\% \times \text{Taksiran biaya penuh}) \\ &= \text{Rp } 173.305.140 + (35\% \times \text{Rp } 173.305.140) \\ &= \text{Rp } 173.305.140 + \text{Rp } 60.656.799 \\ &= \text{Rp } 233.961.939 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{b. Mark Up Pricing} &= \text{Total biaya produksi} + \text{Mark Up} \times \text{Total biaya produksi} \\
 &= \text{Rp } 148.205.140 + (70\% \times \text{Rp } 148.205.140) \\
 &= \text{Rp } 148.205.140 + \text{Rp } 103.743.598 \\
 &= \text{Rp } 251.948.738
 \end{aligned}$$

4. Tipe Ekstra (198 m<sup>2</sup>)

$$\begin{aligned}
 \text{a. Cost Plus Pricing} &= \text{Taksiran biaya penuh} + (35\% \times \text{Taksiran biaya penuh}) \\
 &= \text{Rp } 336.669.980 + (35\% \times \text{Rp } 336.669.980) \\
 &= \text{Rp } 336.669.980 + \text{Rp } 128.334.493 \\
 &= \text{Rp } 465.004.473
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{b. Mark Up Pricing} &= \text{Total biaya produksi} + \text{Mark Up} \times \text{Total biaya produksi} \\
 &= \text{Rp } 298.919.980 + (70\% \times \text{Rp } 298.919.980) \\
 &= \text{Rp } 298.919.980 + \text{Rp } 209.243.986 \\
 &= \text{Rp } 508.163.966
 \end{aligned}$$

### 3.2.5 Membandingkan Harga Jual Perusahaan, Harga Jual Metode *Cost Plus Pricing* dan *Mark Up Pricing*

Tabel 4.4 Perbandingan Harga Jual Perusahaan, Harga Jual Metode *Cost Plus Pricing* dan *Mark Up Pricing*

| No | Tipe Rumah Kayu                  | Harga Jual Perusahaan | Harga Jual Metode <i>Cost Plus Pricing</i> | Harga Jual Metode <i>Mark Up Pricing</i> |
|----|----------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------|
| 1  | Tipe Kecil (36 m <sup>2</sup> )  | Rp 72.000.000         | Rp 65.070.486                              | Rp 59.925.612                            |
| 2  | Tipe Sedang (70 m <sup>2</sup> ) | Rp 140.000.000        | Rp 107.507.007                             | Rp 113.364.194                           |
| 3  | Tipe Besar (112 m <sup>2</sup> ) | Rp 224.000.000        | Rp 233.961.939                             | Rp 251.948.738                           |
| 4  | Tipe Extra (198 m <sup>2</sup> ) | Rp 369.000.000        | Rp 465.004.473                             | Rp 508.163.966                           |

Sumber : Diolah dari data primer, Mei 2022

## 4. KESIMPULAN

Dari hasil perhitungan harga jual untuk rumah kayu tipe kecil (36 m<sup>2</sup>) dan tipe sedang (70 m<sup>2</sup>) metode *cost plus pricing* dan *mark up pricing* lebih rendah dari harga jual perusahaan, berbeda dengan rumah kayu tipe besar (112 m<sup>2</sup>) dan tipe ekstra (198 m<sup>2</sup>). Harga jual metode *cost plus pricing* dan metode *mark up pricing* lebih tinggi dari harga jual perusahaan disebabkan oleh perhitungan harga jual perusahaan untuk tipe besar (112 m<sup>2</sup>) dan tipe ekstra (198 m<sup>2</sup>) hanya memasukan biaya produksi selama sebulan sedangkan waktu proses produksi untuk kedua tipe rumah kayu ini memakan waktu lebih dari satu bulan yaitu tipe besar (112 m<sup>2</sup>) selama 48 hari dan tipe ekstra (198 m<sup>2</sup>) selama 96 hari.

## DAFTAR PUSTAKA

- Nainggolan, Benny Rojeston Marnaek., Sipahutar, Tetty Tiuma Uli., 2020. Penerapan dan Pengembangan Badan Usaha Milik Desa. Buku. Penerbit : Insan Cendekia Mandiri. Sumatera Barat. Indonesia
- Salman, Kautsar Riza dan Mochammad Farid. 2017. Akuntansi Manajemen. Jakarta
- Adi Sulisty Nugroho. 2017. Analisis dan Perancangan Sistem Informasi.