



SKRIPSI

**PENETAPAN HARGA JUAL
PADA BOFET MARTABAK KUBANG WADESTA BANDAR BUAT**

Oleh:

**NAMA : AGUSRA
NIM : 181000261201008
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2022**

PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Didepan Tim Penguji Skripsi
Pada Tanggal 23 Juli 2022

Judul : PENETAPAN HARGA JUAL PADA BOFET
MARTABAK KUBANG WADESTA BANDAR BUAT

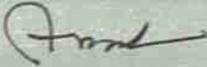
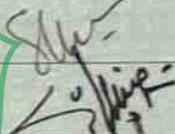
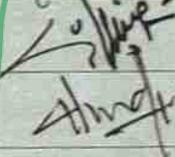
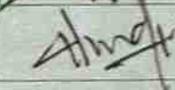
Nama : Agusra

NIM : 18.10.002.61201.008

Program Studi : Manajemen

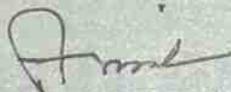
Fakultas : Ekonomi

TIM PENGUJI

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Asrizal, S.E. M.Si	Anggota	
2.	Leli Suwita, S.E, M.M	Anggota	
3.	Usmiar, S.E. M.Si	Anggota	
4.	Nurhaidah, S.E, M.M	Anggota	

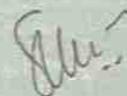


Pembimbing 1



Asrizal, S.E, M.Si
NIDN: 0031125705

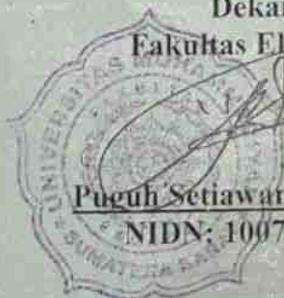
Pembimbing 2



Leli Suwita, S.E, M.M
NIDN:1007106801

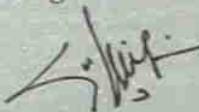
Diketahui Oleh:

Dekan
Fakultas Ekonomi




Pugeh Setiawan, S.E, M.Si
NIDN: 1007017302

Ketua
Program Studi


Usmiar, S.E, M.Si
NIDN: 1023076701

HAK CIPTA

Hak cipta ini milik AGUSRA tahun 2022, dilindungi oleh Undang-undang, yaitu dilarang mengutip dan memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Sebahagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun, baik cetak, photo copy, micro film, dan lain-lain sebagainya.



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang tertulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Padang, 23 Juli 2022

Yang menyatakan



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat ilahi Robbul Izzati, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal ini. Tujuan penyusunan proposal ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh seminar proposal guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen program Strata Satu (S1) Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan penulis dalam menyusun proposal ini tidak luput dari kekurangan. Penulis berharap semoga proposal ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi semua pihak yang berkenan memanfaatkan umumnya. Pada proses penyusunan proposal ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Ayah dan Ibu yang telah memberi dukungan moral dan material mulai dari awal perkuliahan sampai penulisan proposal ini.
2. Bapak Asrizal, SE, M.Si selaku dosen pembimbing satu yang telah membantu penulis secara baik dan bijak.
3. Ibu Leli Suwita, SE, MM selaku pembimbing dua yang telah memberi arahan dan masukan dalam penulisan proposal ini dengan baik.
4. Bapak Usmiar, SE, M.Si selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
5. Bapak Puguh Setiawan, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
6. Bapak/Ibu dosen dan seluruh staf pengajar Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
7. Bapak Yan Wardi selaku pemilik Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat.

8. Seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan proposal ini dengan baik.
9. Teman-teman di Kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat khususnya Prodi Manajemen BP 2018 yang telah membantu dan memberi semangat dalam penulisan proposal ini.

Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan, nasehat dan dorongan dalam penyusunan proposal ini.



Padang, 23 Juli 2022

Agusra

NIM: 181000261201008

**PENETAPAN HARGA JUAL
PADA BOFET MARTABAK KUBANG WADESTA BANDAR BUAT**

AGUSRA

NIM: 18.10.002.61201.008

Email: agusraaguiah@gmail.com

**Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat**

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui metode penetapan harga jual pada Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan metode *mark up pricing*. Untuk penetapan harga jual, maka harga pokok produksi dikalikan dengan satu ditambah presentase *mark up* yang telah ditetapkan. Berdasarkan harga pokok produksi yang telah diperoleh sebesar Rp. 15.401/bungkus, maka dikalikan dengan $1 + 30\%$ *mark up* yang telah ditetapkan oleh Bofet Martabak Kubang Wadesta. Hasil dari *mark up* tersebut diperoleh harga jual sebesar Rp. 20.021/bungkus. Dengan menggunakan metode *mark up pricing* sangat memudahkan dalam menghitung harga pokok produksi. Penetapan harga jual dilakukan secara efektif karena semua biaya-biaya produksi dihitung secara terperinci, sehingga akan menjaga kestabilan harga jual. Harga jual yang ditetapkan dengan penggunaan metode *mark up pricing* sangat memudahkan dan menguntungkan terhadap penetapan harga jual. Begitu juga yang seharusnya digunakan pada Bofet Martabak Kubang Wadesta, metode ini sangat efektif digunakan dalam proses pemasaran atau penjualan produknya.

Kata Kunci: *Harga Jual, Mark Up Pricing*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Teoritis	7
2.1.1 Harga Jual	7
2.1.2 Metode Penetapan Harga Jual	10
2.1.3 Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya	13
2.1.4 Biaya Produksi	16
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Berfikir	22
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	24
3.1.1 Tempat Penelitian	24
3.1.2 Waktu Penelitian	24
3.2 Jenis Penelitian	24
3.3 Definisi Operasional	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Teknik Analisis Data	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

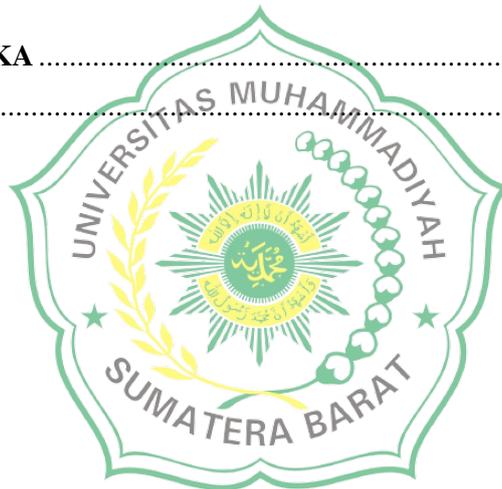
4.1 Hasil	28
4.1.1 Gambaran Umum Usaha/UMKM	28
4.1.2 Struktur Organisasi	30
4.2 Data Lapangan	31
4.3 Pembahasan	37

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	46
5.2 Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA	47
-----------------------------	----

LAMPIRAN	49
-----------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1 Bahan Baku Langsung Martabak Mesir Bulan April 2022	31
Tabel 4.2 Bahan Baku Langsung Nasi Goreng Bulan April 2022	33
Tabel 4.3 Bahan Baku Langsung Soto Bulan April 2022	34
Tabel 4.4 Biaya Tenaga Kerja Langsung Martabak Mesir Bulan April 2022	35
Tabel 4.5 Biaya Tenaga Kerja Langsung Nasi Goreng Bulan April 2022	36
Tabel 4.6 Biaya Tenaga Kerja Langsung Soto Bulan April 2022	36
Tabel 4.7 Biaya Overhead Pabrik Bulan April 2022	36
Tabel 4.8 Harga Pokok Produksi Martabak Mesir Bulan April 2022	38
Tabel 4.9 Harga Pokok Produksi Nasi Goreng Bulan April 2022	40
Tabel 4.10 Harga Pokok Produksi Soto Bulan April 2022	41





DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	23
Gambar 4.1 Denah Lokasi.....	28
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Wawancara	49
Lampiran 2 : Dokumentasi	50
Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian.....	53
Lampiran 4 : Surat Selesai Penelitian.....	54
Lampiran 5 : SK Bimbingan.....	55
Lampiran 6 : Daftar Kegiatan Konsultasi Bimbingan.....	57
Lampiran 7 : Persetujuan Seminar Proposal.....	59
Lampiran 8 : Persetujuan Seminar Hasil.....	60
Lampiran 9 : Persetujuan Ujian Komprehensif.....	61
Lampiran 10 : SK Keterangan Bebas Plagiarisme.....	62



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam menjalankan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil atau tidaknya dalam pencapaian tujuan usaha tergantung kepada keahlian pengusaha dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Tercapainya tujuan usaha juga tergantung pada kemampuan pengusaha dalam mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha yang dijalankan dapat berjalan lancar.

Sehubungan dengan hal tersebut, pelaksanaan pemasaran harus bertindak dinamis dengan menerapkan prinsip-prinsip yang unggul, strategi pemasaran dan meninggalkan kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku. Karena sekarang bukanlah zaman dimana produsen memaksakan kehendak konsumen, melainkan sebaliknya konsumen yang memaksakan kehendaknya terhadap produsen. Strategi pemasaran efektif, salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas atau kualitas produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan. Dalam hal ini perusahaan harus membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan mengurangi ancaman yang akan datang.

Menurut Tjiptono (2015:1) strategi pemasaran dipandang sebagai pernyataan umum mengenai arah atau pedoman dalam memilih pasar sasaran dan merancang serta menerapkan bauran pemasaran.

Menjalankan suatu usaha tidak lepas dari praktek jual beli, antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini perusahaan perlu menerapkan beberapa strategi seperti strategi penetapan harga, strategi produk, strategi promosi dan strategi tempat. Strategi penetapan harga merupakan salah satu komponen marketing mix yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Maka dari itu penetapan harga sudah menjadi bagian penting di dalam pelaksanaan perekonomian khususnya dalam dunia usaha, sehingga menjadi hal wajib dilakukan dalam menjalankan usaha. Dalam kondisi lingkungan bisnis yang dinamis semakin cepat terjadi perubahan, maka penetapan harga juga menjadi semakin ketat. Menetapkan harga terlalu tinggi pada suatu barang akan mempengaruhi penjualan, jika menetapkan harga menetapkan harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan dan penjualan. Penetapan harga sangat berpengaruh signifikan terhadap perusahaan dalam mencapai tujuan dan sasaran penjualan. Keberhasilan pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan hanya dimungkinkan jika perusahaan itu mempunyai keunggulan bersaing. Membangun keunggulan bersaing harus dilakukan perusahaan secara tepat dan berkelanjutan, serta harus memperhatikan faktor-faktor yang mendorong perusahaan dalam persaingan dan pertahanan dengan menyusun strategi sekaligus mengimplementasikannya. Perusahaan perlu menerapkan suatu strategi penetapan harga untuk memenangkan persaingan agar kelangsungan hidup usaha tetap terjamin dan bertahan dipasaran.

Menurut Daryanto (2013:62) dalam Rumondor, Tumbel & Ogi (2017:1104) mendefinisikan bahwa harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk.

Dapat juga diartikan bahwa harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk manfaat memiliki/menggunakan barang atau jasa. Dalam teori ekonomi, harga, nilai dan utilitas merupakan istilah-istilah yang saling berhubungan. Utilitas adalah nilai kepuasan atau manfaat yang diterima konsumen, sedangkan nilai yaitu ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam pertukaran. Perekonomian kita bukan sistem barter, maka untuk mengadakan pertukaran atau untuk mengukur nilai suatu barang kita menggunakan uang dan istilah yang dipakai adalah harga. Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar terhadap sesuatu barang tertentu. Dalam kenyataannya, besar kecilnya nilai atau harga itu tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik saja yang diperhitungkan, akan tetapi faktor psikologis dan faktor lain berpengaruh terhadap harga.

Menurut Tjiptono (2015:294) faktor-faktor pertimbangan dapat dikategorikan dua kelompok yaitu, faktor internal (tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, pertimbangan organisasi) dan faktor eksternal (karakteristik pasar dan permintaan, persaingan, unsur lingkungan lainnya).

Selain itu, terdapat beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi harga menjadi tidak normal. Diantaranya permainan harga yang disebabkan oleh praktik monopoli dan persaingan tidak sehat. Keadaan konsumen yang sedang terdesak

untuk memenuhi kebutuhannya dan informasi yang tidak merata juga berpengaruh terhadap harga suatu barang.

Dari hasil uraian di atas jelaslah masalah yang sering terjadi adalah menetapkan harga, maka penulis menentukan studi kasus pada Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ini bergerak dibidang pengolahan bahan baku menjadi makanan siap saji. Umumnya fenomena pada UMKM sering kali dijumpai, gelombang harga yang tidak menentu, disaat turunnya permintaan pada produk maka harga juga akan ikut turun, dan sebaliknya disaat permintaan naik pada produk maka harga juga akan ikut naik. hal inilah yang perlu menjadi perhatian khusus untuk Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat.

Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat perlu memperhatikan mengenai masalah penetapan harga jual agar dapat bersaing dengan bofet lain yang sejenisnya. Seringkali harga menjadi masalah dalam proses produksi, disaat bahan baku atau bahan pokok dari pembuatan produk tersebut naik dipasaran, Dengan otomatis harga jual dari produk yang telah diolah juga akan ikut naik. Hal ini yang menimbulkan pandangan negatif dari konsumen kepada Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat yang tidak konsisten dalam penetapan harga produk. Akibatnya penjualan dan minat konsumen turun terhadap produk Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat. Penetapan harga jual ini menjadi keputusan yang diperhitungkan dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan dan usaha. Melihat fenomena yang terjadi pada Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat,

Maka dari itu salah satu metode penetapan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menggunakan metode penetapan harga berbasis biaya. Dalam metode ini, faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu, sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead dan laba. Dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka penulis dalam hal ini tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Penetapan Harga Jual Pada Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat”**.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang di atas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas adalah:

Bagaimanakah metode penetapan harga jual pada Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat ?



1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui metode penetapan harga jual pada Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi:

a. Bagi Penulis.

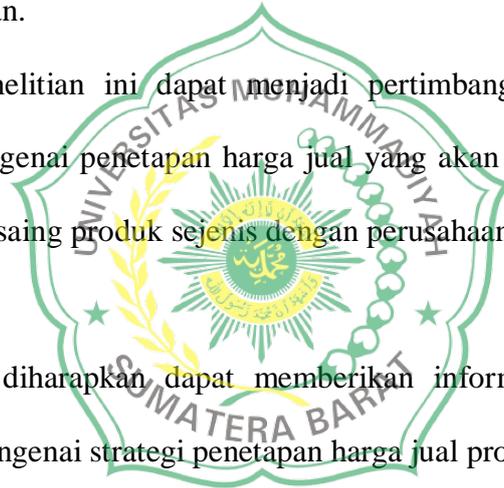
Sebagai proses pembelajaran dan mempraktekan metode yang dipelajari di bangku perkuliahan untuk menghadapi masalah di dunia nyata, khususnya dalam masalah analisis penetapan harga jual produk.

b. Bagi Perusahaan.

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai penetapan harga jual yang akan diambil dan mengetahui kekuatan daya saing produk sejenis dengan perusahaan lain.

c. Bagi Pembaca.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi masyarakat mengenai strategi penetapan harga jual produk.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis

2.1.1 Harga Jual

Tjiptono (2015:289) harga jual merupakan satu-satunya unsur pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan tiga unsur lainnya (produk, distribusi, promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).

Menurut Swastha (2011:78) dalam Rohmat (2019:17) harga jual adalah sejumlah nilai yang ditukar konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan atau jasa yang ditetapkan oleh pembeli melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Menurut Kotler dan Keller (2009:67) dalam Rohmat (2019:17) harga jual adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Berdasarkan pendapat menurut para ahli bisa disimpulkan bahwa definisi harga jual yaitu, ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai

kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah, maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.

Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antar pembeli dan penjual. Dalam transaksi pembelian, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan. Sedangkan kelebihan nilai yang didapatkan oleh pembeli adalah berupa kepuasan yang diperoleh dari pemilik produk yang dibelinya di atas nilai uang yang diberikannya untuk itu.

Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Harga jual adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual dan merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menimbulkan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan. Disamping itu harga juga bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat dan harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atau jasa yang dibelinya.

Peranan Harga

Menurut Tjiptono (2015:291) secara garis besar peranan harga dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a) Harga yang dipilih berpengaruh langsung terhadap tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktivitas. Harga yang terlampau mahal atau sebaliknya terlalu murah berpotensi menghambat pengembangan produk. Oleh sebab itu, pengukuran sensitivitas harga amat penting dilakukan.

- b) Harga jual secara langsung menentukan probabilitas operasi.

Harga telah ditetapkan oleh perusahaan mempengaruhi persepsi umum terhadap produk atau merek dan berkontribusi pada positioning merek dalam evoked set konsumen potensial.

- c) Konsumen seringkali menjadikan harga sebagai indikator kualitas, khususnya dalam pasar produk konsumen.
- d) Harga merupakan alat atau wahana langsung untuk melakukan perbandingan antar produk atau merek yang saling bersaing. Dengan kata lain, harga adalah *“forced point of contact between competitors”*.
- e) Strategi penetapan harga harus selaras dengan komponen bauran pemasaran lainnya. Harga harus dapat menutup biaya pengembangan, promosi dan distribusi produk.
- f) Akselerasi pengembangan produk dan semakin singkatnya siklus hidup produk menuntut penetapan harga yang akurat sejak awal.
- g) Proliferasi merek dan produk yang seringkali tanpa dibarengi diferensiasi memadai berimplikasi pada pentingnya positioning harga yang tepat.
- h) Peraturan pemerintah, etika dan pertimbangan sosial seperti pengendalian harga, penetapan margin laba maksimum, otorisasi kenaikan harga dan seharusnya membatasi otonomi dan fleksibilitas perusahaan dalam menetapkan harga.
- i) Berkurangnya daya beli di sejumlah kawasan dunia berdampak pada semakin tingginya sensitivitas harga yang pada gilirannya memperkuat peranan harga sebagai instrumen pendorong penjualan dan pangsa pasar.

2.1.2 Metode Penetapan Harga Jual

Menurut Tjiptono (2015:290) penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum untuk produk tertentu, relatif terhadap harga para pesaing.

Menurut Sudaryono (2016:217) penetapan harga sebagai elemen bauran pemasaran dan perencanaan pemasaran akan menentukan posisi produk di suatu pasar serta laba yang dapat dihasilkan oleh produk tersebut. Untuk produk baru dapat diterapkan harga penetrasi (*price skimming*), yakni harga awal tinggi karena produknya dianggap berbeda dengan produk yang telah ada di pasar. Untuk produk yang telah beredar dapat diterapkan harga di bawah harga pasar bila kualitas produk memadai di atas harga pasar bila kualitas produk lebih baik, pada harga pasar bila kualitas produk sama tetapi lokasi usaha lebih strategis dan kemampuan promosi lebih baik.

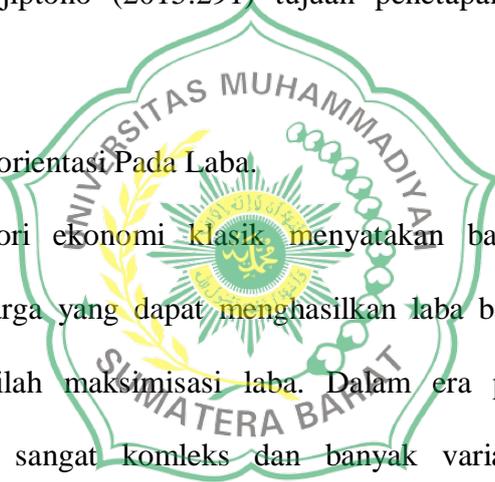
Pada umumnya penetapan harga ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran oleh pasar. Oleh karena itu, penetapan harga bukan hanya biaya saja melainkan selera konsumen. Jumlah pesaing yang memasuki pasar dan harga yang ditentukan oleh pesaing merupakan faktor-faktor yang sulit diramalkan sehingga akan mempengaruhi penetapan harga. Namun dibalik itu semua, satu-satunya yang memiliki relative tinggi berpengaruh dalam penetapan harga jual adalah biaya.

Tujuan Penetapan Harga

Perusahaan menetapkan harga pada suatu produk akan didasarkan kepada tujuan penetapan harganya. Pada umumnya, harga ditetapkan agar biaya yang dikeluarkan akan sebanding dengan harga yang ditawarkan. Biaya ini meliputi keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk membuat sebuah produk yang dapat memenuhi permintaan pasar. Namun setiap perusahaan memiliki tujuan penetapan harga yang berbeda.

Menurut Tjiptono (2015:291) tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut:

a) Tujuan Berorientasi Pada Laba.



Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba besar. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian, tidak mungkin sebuah perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

b) Tujuan Berorientasi Pada Volume.

Selain tujuan berorientasi pada laba, perusahaan juga menetapkan harga berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa

dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan dalam (ton, kg, unit, m³, dan lainnya), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif). Tujuan ini banyak diterapkan oleh maskapai penerbangan, institusi pendidikan, perusahaan *tour and travel*, pengusaha bioskop dan pemilik bisnis pertunjukan serta panitia penyelenggara seminar-seminar.

c) Tujuan Berorientasi Pada Citra.

Citra (*image*) sebuah perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga mahal untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu, harga murah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*), misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga terendah disuatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya, baik penetapan harga mahal maupun murah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

d) Tujuan Stabilitas Harga.

Dalam pasar yang konsumennya sensitif terhadap harga, apabila sebuah perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi contohnya minyak bumi. Tujuan stabilisasi harga dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk

mempertahankan hubungan yang stabil antara harga sebuah perusahaan dan harga pemimpin industri (*industry leader*).

e) Tujuan Lainnya.

Harga dapat juga ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, mendapatkan aliran kas secepatnya atau menghindari campur tangan pemerintah. Organisasi nirlaba juga dapat menentukan tujuan penetapan harga yang berbeda, misalnya untuk mencapai *partial cost recovery*, *full cost recovery*, atau untuk menetapkan *social price*.

2.1.3 Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Menurut Tjiptono (2015:302) dalam metode ini, faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu, sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya *overhead* dan laba. Menurut Tjiptono (2015:303) terdapat empat metode penetapan harga berbasis biaya, yaitu:

a) *Cost Plus Fixed Fee Pricing*.

Dalam strategi ini pemasok atau produsen akan mendapatkan ganti atas semua biaya yang dikeluarkan seberapapun besarnya. Produsen tersebut hanya memperoleh *fee* tertentu sebagai laba yang besarnya tergantung pada biaya final proyek tersebut yang disepakati bersama.

b) *Cost Plus Percentage of Cost Pricing.*

Dalam *cost plus percentage-of-cost pricing*, perusahaan menambahkan presentase tertentu terhadap biaya produksi dan konstruksi. Metode ini seringkali digunakan untuk menentukan harga satu item atau hanya beberapa item. Misalnya, sebuah perusahaan arsitektur menetapkan tarif sebesar 15% dari biaya konstruksi sebuah rumah. Jadi, bila biaya konstruksi rumah sebesar Rp 100 juta dan *fee* arsitek sebesar 15% dari biaya konstruksi (Rp 15 juta), maka harga akhirnya sebesar Rp 115 juta.

c) *Experience Curve Pricing.*

Metode ini dikembangkan atas dasar konsep efek belajar (*learning effect*) yang menyatakan bahwa *unit cost* barang dan jasa akan menurun antara 10 hingga 30% untuk setiap peningkatan sebesar dua kali lipat pada pengalaman perusahaan dalam memproduksi/menjual barang atau jasa.

d) *Standard Mark Up Pricing.*

Dalam *standard mark up pricing*, harga ditentukan dengan jalan menambahkan presentase tertentu dari biaya pada semua item dalam sebuah kelas produk. Metode ini banyak diterapkan di supermarket dan toko-toko eceran lainnya yang menawarkan banyak lini produk. Presentase *markup* bervariasi besarnya, tergantung pada jenis toko eceran (makanan, pakaian, grosir dan furnitur) dan jenis produk yang dijual.

Menarik kesimpulan dari penjelasan penetapan harga berbasis biaya di atas. Maka penulis menggunakan metode penetapan harga (*standard mark up pricing*) untuk digunakan dalam penelitian ini.

Menurut Kotler & Keller (2021) dalam Maulani & Nursolihah (2022:26) metode penetapan harga *mark up pricing* adalah menambahkan biaya per unit dengan laba yang diharapkan, *mark up pricing* digunakan dikalangan pedagang pengecer. Dapat disimpulkan bahwa *mark up pricing* merupakan suatu metode untuk menetapkan harga jual barang dengan cara menambahkan harga beli barang dengan *mark up* atau persentase keuntungan setiap jenis barang. Berikut ini langkah-langkah untuk menentukan harga jual menggunakan metode *mark up pricing*:

- a) Mengetahui awal harga beli bahan baku dari supplier pada saat melakukan pembelian bahan baku untuk memenuhi stok barang.
- b) Membantu mengetahui harga naik/turun setiap bulannya.
- c) Menghitung harga naik/turun dengan rumus metode *mark up pricing* dengan cara menambahkan harga beli dengan *mark up* atau persentase kenaikan harga jual barang.

Dengan penetapan harga jual barang dengan cara menambahkan harga beli barang dengan *mark up* atau persentase keuntungan setiap jenis barang. Maka metode penetapan harga tersebut sangat bermanfaat bagi penjual dan pembeli, diantaranya sebagai berikut:

- a) Penjual dapat menentukan biaya jauh lebih mudah daripada memperkirakan permintaan. Dengan mengaitkan harga terhadap biaya, penjual menyederhanakan tugas penetapan harga.

- b) Ketika semua perusahaan menggunakan metode penetapan harga ini, harga cenderung sama dan persaingan harga terminimalisasi.
- c) Penetapan harga biaya-plus lebih adil bagi pembeli maupun penjual. Penjual tidak memanfaatkan pembeli ketika permintaan pembeli menjadi tinggi dan penjual menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang wajar.

Mark up dapat menyebabkan margin menjadi naik, margin merupakan tingkat keuntungan awal yang diperoleh dari barang atau jasa yang akan ditawarkan dalam satu persen. *Mark up* merupakan metode penetapan harga yang dianggap paling simple dan banyak diterapkan. Metode ini memiliki tujuan tersendiri, yakni untuk menutup biaya tidak langsung serta laba rugi perusahaan.

2.1.4 Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2012:14) dalam Purbosari (2019:29) mendefenisikan biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Secara garis besar biaya produksi dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead.

Jenis-jenis biaya pada tingkat produksinya:

- a) Biaya Tetap (*Fixed Cost*).

Biaya yang tidak bervariasi dengan tingkat produksi atau pendapatan penjualan.

b) Biaya Variabel (*Variabel Cost*).

Bervariasi langsung dengan tingkat produksi, disebut variabel karena biaya totalnya bervariasi dengan jumlah unit yang diproduksi.

c) Biaya Total (*Total Cost*).

Terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel untuk tingkat produksi tertentu.

d) Biaya Rata-rata (*Average Cost*).

Biaya unit pada tingkat produksi itu, biaya rata-rata sama dengan biaya total dibagi dengan jumlah produksi.

Dalam standar mark-up pricing terdapat jumlah produksi masing-masing produk dan penggolongan biaya mulai dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (BOP).

2.1.5 Harga Pokok Produksi

Menurut Wijaya (2020) produksi merupakan proses menghasilkan sesuatu baik berbentuk barang maupun jasa dalam suatu periode waktu dan memiliki nilai tambah bagi perusahaan. Umumnya barang dan jasa ada yang dikonsumsi secara langsung.

Menurut Mulyadi (2007:9) dalam Sihite & Sudarno (2012) harga pokok merupakan jumlah pengeluaran dan beban yang diperkenankan langsung atau tidak langsung untuk menghasilkan barang atau jasa didalam kondisi dan tempat dimana barang tersebut dapat digunakan atau dijual.

Menurut Mulyadi (2007:10) dalam Sihite & Sudarno (2012) harga pokok produksi merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan. Meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan mulai pada saat pengadaan bahan baku sampai dengan proses akhir produk yang siap digunakan atau dijual. Biaya-biaya yang dimaksud adalah biaya bahan bakun langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead.

Menurut Mulyadi (2007:41) dalam Sihite & Sudarno (2012) manfaat dari penentuan harga pokok produksi secara garis besar adalah sebagai berikut:

a) Menentukan Harga Jual Produk.

Perusahaan yang memproduksi masa memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Penentuan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan disamping data lain serta data non biaya.

b) Memantau Realisasi Biaya Produksi.

Manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan dibandingkan dengan rencana produksi yang telah ditetapkan, oleh sebab itu akuntansi biaya yang digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

c) Menghitung Laba Rugi Periodik.

Guna mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto. Manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu.

d) Menentukan Harga Pokok Persediaan Produk Jadi dan Produk Dalam Proses yang Disajikan Dalam Neraca.

Manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi, yang menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok produk dalam proses. Berdasarkan catatan biaya produksi yang masih melekat pada produk jadi yang belum laku dijual pada tanggal neraca serta dapat diketahui biaya produksinya.

Menurut Mulyadi (2007:49) dalam Sihite, L.B., & Sudarno, S (2012) tujuan dari penentuan harga pokok produksi yaitu:

- a) Menentukan persediaan barang jadi dan biaya overhead pabrik yang tercantum dalam neraca dan laporan laba rugi pada akhir periode akuntansi.
- b) Sebagai alat untuk pengendalian biaya, biaya yang sesungguhnya terjadi dibandingkan dengan rencana biaya yang telah ditetapkan sebelumnya. Selanjutnya, dapat dilakukan tindakan perbaikan atau koreksi yang diperlukan. Dengan demikian dapat diukur tingkat efisiensi pada proses produksi tersebut.

- c) Sebagai alat untuk menentukan harga jual barang jadi dan menetapkan profit (keuntungan) yang akan diperoleh perusahaan jika menjual barang tersebut.
- d) Untuk mengetahui pos-pos biaya, agar tidak ada kesalahan dalam mengalokasikan biaya sehingga harga pokok produksi menjadi akurat dan harga jual produk dapat bersaing dengan kualitas dengan kualitas yang lebih baik.
- e) Sebagai dasar penetapan tindakan/cara produksi pada suatu perusahaan.

Sedangkan dalam perhitungannya harga pokok produksi penulis menggunakan metode mark up pricing dalam hitungan perbulan yaitu:

$$\text{Harga pokok produksi} = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi Sebulan}}$$

Maka dari harga pokok produksi diperoleh harga jual dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Pokok Produksi} \times (1 + \text{Presentase Mark Up})$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan atau referensi dan sebagai perbandingan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul	Hasil
1.	Oktavia Toar, Herman Karamoy, Heince Wokas (2017).	Analisis perbandingan harga jual dengan menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> dan mark up pricing pada Dolphin Donuts Bakery.	Menunjukkan adanya perbedaan terhadap harga jual yang saat ini berlaku dengan harga jual yang dihitung dengan metode <i>cost plus pricing</i> dan mark up pricing. Dimana harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi daripada harga jual yang dihitung berdasarkan metode <i>cost plus pricing</i> dan <i>mark up pricing</i> .
2.	Henry Prayogo (2017).	Strategi penetapan harga pada bisnis jasa video Stagger Media.	Stagger Media memiliki perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi) yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel yang telah digolongkan dan dirincikan sehingga penggunaan metode <i>cost plus (mark up) pricing</i> diterapkan sebagai strategi penetapan harga yang tepat guna memenangkan persaingan dengan cara harga jual lebih bersaing namun menggunakan metode penetapan harga sama dengan perusahaan kompetitor.
3.	Diah Wahyuningih & David Hasibuan (2018).	Penggunaan produksi dalam menentukan harga jual melalui penerapan metode mark up studi kasus pada UMKM Tepung Talas RUSMAN.	<ul style="list-style-type: none"> a) Komponen biaya yang dibebankan dalam produksi meliputi bahan baku langsung berupa umbi talas, biaya tenaga kerja langsung yaitu buruh pengelola dan biaya overhead yang meliputi biaya bahan baku tidak langsung dan transportasi. b) Perhitungan harga pokok produksi yang benar akan menghasilkan harga pokok penjualan yang benar pula. c) Pola produksi konstan merupakan pola yang sesuai dengan kondisi usaha UMKM Rusman dalam menghitung biaya produksi dan penerapan metode <i>mark up cost plus pricing</i>.

4.	Nadila Oktaviani (2020).	Analisis penetapan harga menggunakan metode <i>mark up pricing</i> pada produk permen susu studi pada Permen Susu Selamat Gama Desa Penyaring Kabupaten Sumbawa.	Menunjukkan bahwa harga jual menggunakan <i>mark up pricing</i> dengan pendekatan <i>full costing</i> untuk kemasan 90 gram lebih tinggi yaitu Rp. 10.750 dibandingkan dengan penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan yaitu Rp. 10.000. Sedangkan penetapan harga jual kemasan 220 gram yang ditetapkan oleh perusahaan sudah tepat yaitu Rp. 25.000 dimana penetapan harga jual menggunakan metode <i>mark up pricing</i> dengan pendekatan <i>full costing</i> untuk kemasan 220 gram adalah Rp. 24.995. Dan penetapan harga jual menggunakan metode <i>mark up pricing</i> dengan pendekatan <i>full costing</i> untuk kemasan 400 gram lebih rendah yaitu Rp. 39.913,2 dibandingkan dengan penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan yaitu Rp. 50.000.
5.	Wandi Ruchdiyana Hikmat (2020).	Penerapan metode <i>mark-up pricing</i> untuk menentukan harga jual kaos polos pada UKM Suckseed Konveksi Di Tasikmalaya.	Hasil untuk harga pokok penjualan kaos polos per unit. Apabila keuntungan yang ingin didapat 50% yaitu sebesar Rp. 7.124,58 dan harga jualnya adalah Rp. 11.399,33. Dengan demikian perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menjual produk serupa atau sama.

Sumber : Data Diolah tahun 2022

2.3 Kerangka Berfikir

Berdasarkan penelitian terdahulu dapat dilihat penetapan harga dengan menggunakan metode *mark-up pricing* memiliki pengaruh terhadap harga pada Bofet Kubang Wadesta. Untuk memudahkan dan menghindari terjadinya salah penafsiran terhadap maksud penelitian ini, berikut ini digambarkan mengenai variabel pelaksanaan penetapan harga dengan menggunakan metode *mark-up pricing*:



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat tepat di Simpang Tiga Bandar Buat, Kecamatan Lubuk Kilangan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Penulis melaksanakan penelitian di Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat semenjak tanggal 22 Maret 2022 sampai tanggal 26 Juni 2022.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam proposal ini yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut sugiyono (2019: 17) penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode naturalistik karena penelitian ini dilakukan pada kondisi ilmiah (natural setting). Alamiah yang dimaksud adalah objek yang berkembang apa adanya dan tidak terganggu dinamikanya oleh kehadiran peneliti.

3.3 Definisi Operasional

- a) Harga Jual : harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh

konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

- b) Standard Mark-Up Pricing : harga ditentukan dengan jalan menambahkan presentase tertentu dari biaya pada semua item dalam sebuah kelas produk. Metode ini banyak diterapkan di supermarket dan toko-toko eceran lainnya yang menawarkan banyak lini produk. Presentase *markup* bervariasi besarnya, tergantung pada jenis toko eceran (makanan, pakaian, grosir dan furnitur) dan jenis produk yang dijual.
- c) Biaya Produksi : biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Secara garis besar biaya produksi dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang sangat penting dari penelitian itu sendiri. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian ini adalah data skunder. Menurut Sugiyono (2019:8) data skunder adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberikan kepada pengumpul data atau peneliti. Data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara dengan subjek penelitian baik secara observasi ataupun pengamatan langsung ke lapangan.

Menurut Sugiyono (2019:203) penulis menggunakan teknik pengumpulan data penelitian sebagai berikut:

a) Observasi.

Metode pengamatan atau observasi yaitu sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan pelaku, tempat, kegiatan dan waktu.

b) Dokumentasi.

Dokumentasi adalah studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi berupa foto dan rekaman untuk memberikan gambaran secara lebih nyata mengenai hasil wawancara.

Dari observasi atau turun langsung ke lokasi penelitian, penulis dapat menggambarkan lebih jelas tentang permasalahan yang terjadi. Pengamatan ini menjadi tahap awal yang akan dilalui oleh penulis untuk memperoleh atau menggali informasi dan data yang dibutuhkan. Penulis menanyakan secara langsung kepada produsen semua data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Maka dari observasi tersebut penulis mendapatkan data dan juga bahan yang akan diteliti.

Dalam proses observasi penulis juga melakukan dokumentasi atau pengambilan gambar guna sebagai bukti langsung bahwasannya penulis melakukan penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018:482) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kuantitatif. Menurut sugiyono (2019:17) penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode naturalistik karena penelitian ini dilakukan pada kondisi ilmiah (*natural setting*). Alamiah yang dimaksud adalah objek yang berkembang apa adanya dan tidak terganggu dinamikanya oleh kehadiran peneliti.

Dalam analisis penelitian penetapan harga jual ini penulis menggunakan metode *mark up pricing*, pemahaman yang diperoleh dalam metode tersebut yaitu harga jual ditentukan dengan jalan menambahkan persentase tertentu dari biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi satu item produk jadi. Yang mana masing-masing item produk dan penggolongan biaya mulai dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik (BOP) dijumlahkan seluruhnya.

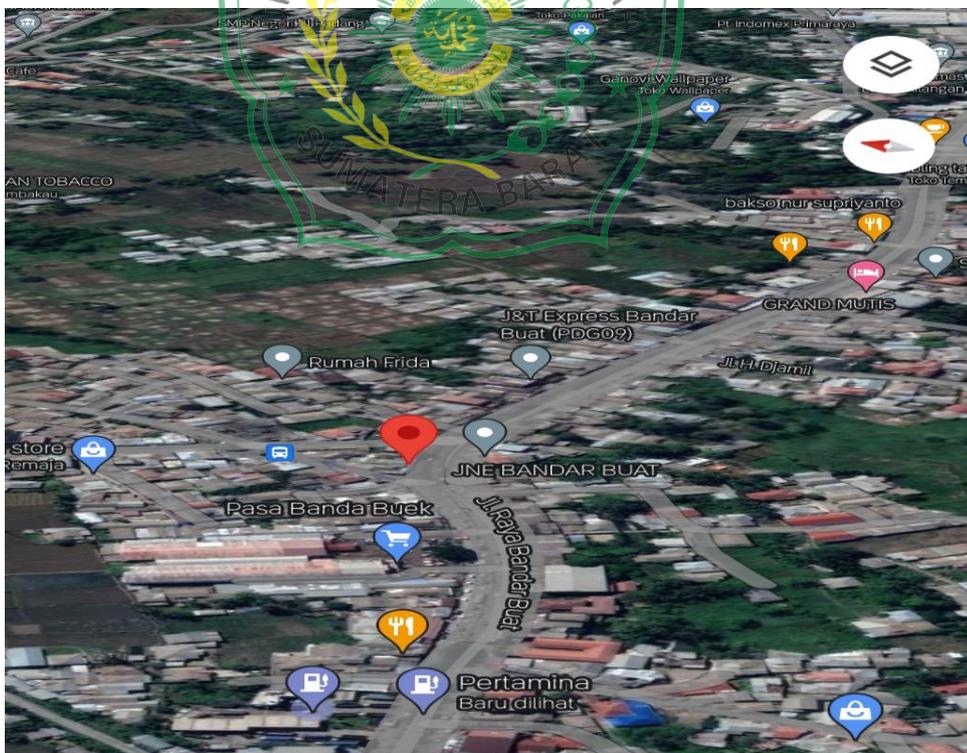
BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Gambaran Umum Usaha/UMKM

Bofet Martabak Kubang Wadesta merupakan usaha mikro kecil menengah yang berlokasi di simpang tiga Bandar Buat, Kecamatan Lubuk Kilangan, Kota Padang. Proses produksi martabak dilakukan setiap hari untuk memenuhi permintaan konsumen. Mulai dari martabak manis, roti bakar, martabak mesir, nasi goreng, soto, roti cane dan mie rebus semuanya merupakan produk yang disediakan oleh bofet tersebut.



Sumber: Google Maps 2022

Gambar 4.1
Denah Lokasi

Bofet Martabak Kubang Wadesta dimiliki oleh seseorang yang berasal dari Nagari Kubang, Kecamatan Guguk, Kabupaten 50 Kota, Sumatera barat. Beliau bernama Yan Wardi, yang mana pada awalnya beliau merantau ke Kota Padang berprofesi sebagai penjahit baju di daerah Siteba. Di waktu bersamaan ada kakak sepupu beliau berprofesi sebagai penjual martabak manis menggunakan gerobak/kaki lima. Setiap selesai bekerja Pak Wardi sering mampir di lokasi kakak sepupunya berjualan. Sering mampir dan menemani kakaknya berjualan menarik minat Pak Wardi untuk belajar membuat martabak. Pada akhirnya beliau diajarkan proses membuat martabak manis oleh kakaknya sampai bisa berjualan sendiri.

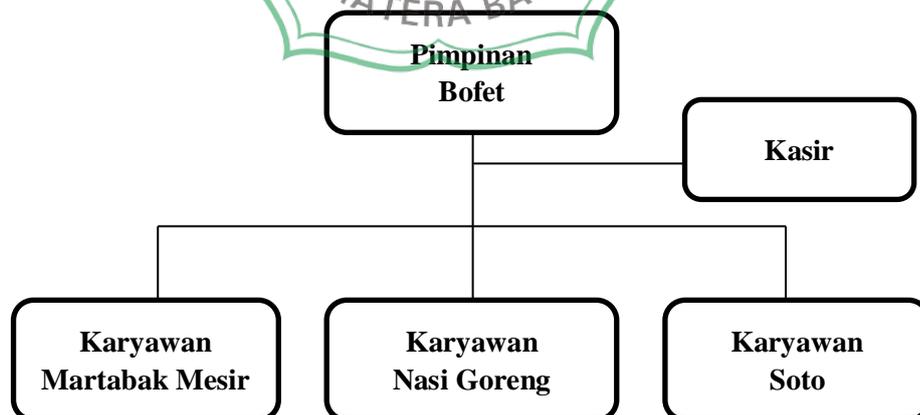
Pada awal tahun 2002 kakak sepupu beliau memutuskan untuk pindah ke Kota Dumai untuk berjualan. Kakak beliau menyerahkan gerobak beserta alat untuk berjualan yang biasa dipakai kepada Pak Wardi untuk melanjutkan usaha martabak manis tersebut. Melihat perkembangan dan volume penjualan yang dirasakan kurang meningkat, pada akhirnya dipertengahan tahun 2002 beliau memutuskan untuk pindah tempat berjualan ke Bandar Buat. Lokasinya tepat di simpang tiga, kurang lebih berjarak 200 m dari pasar bandar buat.

Pada awal kepindahan beliau masih melanjutkan berjualan martabak manis dengan menggunakan gerobak/kaki lima. Lima tahun berselang tepatnya tahun 2007 Pak Wardi mampu untuk menyewa ruko di Bandar Buat dan mengembangkan usahanya. Beliau yang awalnya hanya berjualan martabak manis, sekarang sudah ada martabak mesir dan nasi goreng.

Seiring berjalannya waktu, usaha martabak dan jumlah pelangganpun semakin meningkat. Ini merupakan suatu hal yang sangat diinginkan oleh setiap pemilik usaha. Pak Wardi terus menambah menu baru sesuai permintaan konsumen seperti roti bakar, roti cane, mie rebus, mie goreng dan soto.

Dengan adanya penambahan menu baru ini tentunya harga yang akan ditetapkan juga harus sesuai dengan kemampuan pelanggan dalam membeli. Hal ini yang akan membuat konsumen atau pelanggan tetap mengkonsumsi produk dari Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat. Pak Wardi juga selalu mengkedepankan pelayanan terhadap konsumen, pelayan yang dimaksud adalah bersih, tepat, dan cepat yang mana akan membuat konsumen merasa senang dan akan melakukan pembelian ulang di Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat.

4.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 4.2
Struktur Organisasi

4.2 Data Lapangan

Penggolongan Biaya

1. Biaya Bahan Baku Langsung

Bahan baku langsung yang digunakan Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat dalam memproduksi produk mereka adalah sebagai berikut:

- a) Bahan baku langsung martabak mesir dalam jumlah produksi 3.600 bungkus per bulan.

Tabel 4.1
Bahan Baku Langsung Martabak Mesir pada Bulan April 2022

Bahan Baku Langsung (dalam satuan)	Jumlah Pemakaian Bahan Baku Langsung per Hari	Jumlah Pemakaian Bahan Baku Langsung per Bulan	Harga Satuan (Rp)	Harga Bulanan (Rp)
Bawang bombai (kg)	5 kg	150 kg	18.000	2.700.000
Daun bawang (kg)	6 kg	180 kg	10.000	1.800.000
Seledri (kg)	0,8 kg	24 kg	40.000	960.000
Tomat (kg)	0,5 kg	15 kg	10.000	150.000
Telur (butir)	120 butir	3.600 butir	1.500	5.400.000
Cabe hijau (kg)	0,5 kg	15 kg	25.000	375.000
Cabe rawit (kg)	0,3 kg	9 kg	50.000	450.000
Cabe merah (kg)	1.5 kg	45 kg	30.000	1.350.000
Terigu (kg)	5 kg	150 kg	10.000	1.500.000
Minyak goreng (kg)	1,8 kg	54 kg	17.000	918.000
Mentega (kg)	2 kg	60 kg	21.000	1.260.000
Kecap manis (liter)	3 liter	90 liter	35.000	3.150.000
Gula (kg)	1,5 kg	45 kg	14.000	630.000
Cuka (botol)	1 botol	30 botol	2.500	75.000
Asam jawa (bks)	0,5 bungkus	15 bungkus	10.000	150.000

Garam (bks)	2 bungkus	60 bungkus	1.250	75.000
Ajinomoto (kg)	0,1 kg	3 kg	48.000	144.000
Bawang putih (kg)	0,4 kg	12 kg	30.000	360.000
Bawang merah (kg)	0,3 kg	9 kg	40.000	360.000
Daging (kg)	6 kg	180 kg	125.000	22.500.000
Bumbu kambing (bks)	1,5 bungkus	45 bungkus	3.000	135.000
Bumbu rendang (kg)	0,2 kg	6 kg	90.000	540.000
Kemiri (kg)	0,1 kg	3 kg	43.000	129.000
Serai (kg)	0,1 kg	3 kg	12.000	36.000
Santan/kelapa (bh)	6 bh	180 bh	7.000	1.290.000
Daun jeruk (kg)	0,1 kg	3 kg	12.000	36.000
Daun kunyit (kg)	0,1 kg	3 kg	9.000	18.000
Lengkuas (kg)	0,2 kg	6 kg	10.000	60.000
Jahe (kg)	0,3 kg	9 kg	20.000	180.000
Total				46.731.000

Sumber : Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat April 2022

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa total bahan baku langsung proses produksi martabak mesir berjumlah 29 item. Bahan baku tersebut merupakan bahan utama yang digunakan dalam proses produksi martabak mesir. Jumlah total biaya yang dikeluarkan dalam satu bulan proses produksi terhitung sebesar Rp. 46.731.000 dengan total produksi sebanyak 3.600 bungkus.

- b) Bahan baku langsung nasi goreng dalam jumlah produksi 1.500 bungkus per bulan.

Tabel 4.2
Bahan Baku Langsung Nasi Goreng pada Bulan April 2022

Bahan Baku Langsung (dalam satuan)	Jumlah Pemakaian Bahan Baku Langsung per Hari	Jumlah Pemakaian Bahan Baku Langsung per Bulan	Harga Satuan (Rp)	Harga Bulanan (Rp)
Beras (kg)	15 kg	450 kg	15.000	675.000
Cabe merah (kg)	2 kg	60 kg	30.000	1.800.000
Bawang bombai (kg)	0,1 kg	3 kg	18.000	54.000
Daun bawang (kg)	0,3 kg	9 kg	10.000	90.000
Seledri (kg)	0,3 kg	9 kg	40.000	360.000
Tomat (kg)	1 kg	30 kg	10.000	300.000
Kol (kg)	0,5 kg	15 kg	7.000	105.000
Daun salada (kg)	0,3 kg	9 kg	24.000	216.000
Mentimun (kg)	0,5 kg	15 kg	12.000	180.000
Kerupuk (kg)	1 kg	30 kg	20.000	600.000
Ajinomoto (kg)	0,3 kg	9 kg	48.000	432.000
Garam (bks)	0,3 bungkus	9 bungkus	1.250	11.250
Royco (kg)	0,1 kg	3 kg	36.000	108.000
Kecap manis (kg)	0,4 liter	12 liter	35.000	420.000
Kecap asin (botol)	0,3 botol	9 botol	14.000	126.000
Cabe rawit (kg)	0,1 kg	3 kg	50.000	150.000
Cuka (botol)	0,3 botol	9 botol	2.500	22.500
Bawang merah (kg)	0,8 kg	24 kg	40.000	960.000
Mentega (kg)	0,5 kg	15 kg	21.000	315.000
Daging (kg)	2 kg	60 kg	125.000	7.500.000
Telur (butir)	50 butir	1.500 butir	1.500	2.250.000
Total				16.674.750

Sumber : Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat April 2022

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa total bahan baku langsung proses produksi nasi goreng berjumlah 21 item. Bahan baku utama yang banyak digunakan dalam proses produksi yaitu beras seberat 15 kg per hari. Sedangkan jumlah total biaya produksi dalam satu bulan proses produksi terhitung sebesar Rp. 16.674.750 dengan total produksi sebanyak 1.500 bungkus.

- c) Bahan baku langsung soto yang digunakan dalam jumlah produksi 600 bungkus per bulan.

Tabel 4.3
Bahan Baku Langsung Soto pada Bulan April 2022

Bahan Baku Langsung (dalam satuan)	Jumlah Pemakaian Bahan Baku Langsung per Hari	Jumlah Pemakaian Bahan Baku Langsung per Bulan	Harga Satuan (Rp)	Harga Bulanan (Rp)
Mihun (bks)	4 bungkus	120 bungkus	9.000	1.080.000
Daging (kg)	0,7 kg	21 kg	125.000	2.625.000
Seledri (kg)	0,3 kg	9 kg	40.000	360.000
Kerupuk (kg)	0,3 kg	9 kg	14.000	126.000
Bawang goreng (kg)	0,1 kg	3 kg	40.000	120.000
Vetsin (kg)	0,2 kg	6 kg	33.000	198.000
Kentang (kg)	0,5 kg	15 kg	10.000	150.000
Serai (kg)	0,01 kg	0,3 kg	30.000	9.000
Daun jeruk (kg)	0,01 kg	0,3 kg	26.000	7.800
Bawang merah (kg)	0,1 kg	3 kg	40.000	120.000
Bawang putih (kg)	0,1 kg	3 kg	30.000	90.000
Kunyit (kg)	0,1 kg	3 kg	12.000	36.000
Lengkuas (kg)	0,1 kg	3 kg	10.000	30.000
Jahe (kg)	0,1 kg	3 kg	20.000	60.000
Garam (bks)	0,3 bungkus	9 bungkus	1.250	11.250

Cabe merah (kg)	0,5 kg	15 kg	30.000	450.000
Bumbu soto (bks)	0,1 bungkus	3 bungkus	5.000	15.000
Total				5.488.050

Sumber : Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat April 2022

Tabel 4.3 menunjukkan total bahan baku langsung yang dibutuhkan dalam proses produksi soto berjumlah 17 item. Jumlah total biaya produksi yang digunakan dalam satu periode produksi soto yaitu sebesar Rp. 5.488.050.

Dari tiga table biaya bahan baku langsung di atas, martabak mesir merupakan produk yang memiliki total biaya produksi tertinggi yaitu sebesar Rp. 46.731.000. Biaya produksi yang dibutuhkan nasi goreng dalam satu bulan sebesar Rp. 16.674.750. Biaya produksi yang dibutuhkan soto dalam satu bulan produksi yaitu sebesar Rp. 5.488.050. Sedangkan jumlah total produksi martabak mesir sebanyak 3.600 bungkus juga menjadi yang terbanyak diantara ketiganya. Total jumlah produksi dalam satu periode (martabak mesir, nasi goreng dan soto) yaitu sebanyak 5.700 bungkus.

2. Biaya tenaga kerja langsung

Tabel 4.4
Biaya Tenaga Kerja Langsung Martabak Mesir pada Bulan April 2022

Jenis Pekerjaan	Jumlah Tenaga Kerja Langsung (orang)	Biaya Tenaga Kerja langsung	Jumlah
Koki	1	4.050.000	4.050.000
Total			4.050.000

Sumber : Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat April 2022

Tabel 4.5
Biaya Tenaga Kerja Langsung Nasi Goreng pada Bulan April 2022

Jenis Pekerjaan	Jumlah Tenaga Kerja Langsung (orang)	Biaya Tenaga Kerja langsung	Jumlah
Koki	1	4.050.000	4.050.000
Total			4.050.000

Sumber : Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat April 2022

Tabel 4.6
Biaya Tenaga Kerja Langsung Soto pada Bulan April 2022

Jenis Pekerjaan	Jumlah Tenaga Kerja Langsung (orang)	Biaya Tenaga Kerja langsung	Jumlah
Koki	1	2.700.000	2.700.000
Total			2.700.000

Sumber : Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat April 2022

Tiga table diatas menunjukkan jumlah karyawan dan total biaya tenaga kerja langsung yang dibutuhkan pada masing-masing item produk selama bulan April 2022.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Tabel 4.7
Biaya *Overhead* Pabrik pada Bulan April 2022

Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Keseluruhan:	
- Gaji Kasir	2.550.000
- Biaya Listrik dan Air	500.000
- Biaya Gas	1.800.000
- Biaya Lain-lain	500.000
Total Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	5.350.0000

Sumber : Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat April 2022

Tabel 4.7 menunjukkan total biaya *overhead* pabrik variabel pada Bofet Martabak Kubang Wadesta selama bulan April 2022 yaitu sebesar Rp. 5.350.000. BOP merupakan biaya atau beban wajib di luar biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung yang harus dikeluarkan oleh Bofet Martabak Kubang Wadesta setiap bulannya. Biaya-biaya tersebut terdiri dari biaya listrik dan air, biaya gas dan biaya lain-lainnya.

Biaya *overhead* masing-masing item produk dikelompokkan sebagai berikut, dengan cara mengalikan jumlah produksi masing-masing item produk dengan total biaya *overhead* pabrik dan kemudian dibagi dengan total produksi keseluruhan dalam sebulan.

- a. Biaya *Overhead* Pabrik Martabak Mesir

$$\frac{3.600}{5.700} \times 5.350.000 = 3.379.000$$

- b. Biaya *Overhead* Pabrik Nasi Goreng

$$\frac{1.500}{5.700} \times 5.350.000 = 1.407.900$$

- c. Biaya *Overhead* Pabrik Soto

$$\frac{600}{5.700} \times 5.350.000 = 563.158$$

4.3 Pembahasan

Setelah mendapatkan data dan informasi yang diperoleh dari lapangan, harga pokok produksi merupakan perhitungan sederhana yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Dari tiga

rincian pembagian biaya tersebut merupakan anggaran atau beban biaya yang harus dikeluarkan oleh Bofet Martabak Kubang Wadesta dalam bulan april 2022.

Penetapan harga jual dengan metode *Mark Up Pricing* berdasarkan dengan mark up yang telah ditetapkan oleh Bofet Martabak Kubang Wadesta. Dalam proses pengolahan data penetapan harga jual pada Bofet Martabak Kubang Wadesta, dipaparkan dalam setiap item produk yang diteliti sebagai berikut:

A. Harga Jual Martabak Mesir Dengan Metode *Mark Up Pricing*

Tabel 4.8
Total Biaya Produksi Martabak Mesir pada Bulan April 2022

Biaya Bahan Baku Langsung	
- Martabak Mesir	46.731.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	4.050.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	3.379.000
Total Biaya Produksi	54.160.000

Sumber : Data Diolah Tahun 2022

Tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa total biaya produksi martabak mesir selama bulan April 2022 terhitung Rp. 54.160.000 dengan jumlah produksi 3.600 bungkus. Maka untuk menentukan harga pokok produksi, total biaya produksi dibagi dengan total produksi sebulan.

Harga Pokok Produksi = Total Biaya Produksi : Produksi Sebulan

Rp. 54.160.000 : 3.600 bungkus

Rp. 15.045/bungkus

Mark up yang ditetapkan sebesar 40% untuk memperoleh laba yang diinginkan. Untuk menentukan harga jual, maka harga pokok produksi dikalikan

dengan satu ditambah presentase *mark up* yang telah ditetapkan. *Mark up* merupakan metode sederhana yang memiliki keuntungan lebih mulai dari perhitungan yang simpel, perhitungan yang terperinci dan juga memudahkan dalam mengelola usaha. Tidak akan terjadinya kerugian atau pun kesalahan dengan menggunakan *mark up*, *mark up* sendiri bertujuan untuk menutupi biaya tidak langsung serta laba rugi. Perhitungan dengan metode *mark up pricing* diuraikan sebagai berikut:

Harga Jual Produk = Harga Pokok Produksi x (1 + Persentase Mark Up)

$$\text{Rp. } 15.045 \times (1 + 40\%)$$

$$\text{Rp. } 15.045 \times 1,4$$

$$\text{Rp. } 21.063/\text{bungkus}$$

Untuk penetapan harga jual, maka harga pokok produksi dikalikan dengan satu ditambah presentase *mark up* yang telah ditetapkan. Berdasarkan harga pokok produksi yang telah diperoleh sebesar Rp. 15.045/bungkus, maka dikalikan dengan $1 + 40\%$ *mark up* yang telah ditetapkan oleh Bofet Martabak Kubang Wadesta. Hasil dari *mark up* tersebut diperoleh harga jual sebesar Rp. 21.063/bungkus. Hasil dari penetapan harga jual dengan menggunakan metode *mark up pricing* ini sesuai dengan teori yang terdapat pada bab dua yaitu teori dari Tjiptono tahun 2015.

Total jumlah laba bruto dalam satu kali penjualan/bungkus dengan mengurangi harga jual dengan harga pokok produksi yaitu, Rp 21.063 dikurang Rp. 15.045 sebesar Rp. 6.018/bungkus.

B. Harga Jual Nasi Goreng Dengan Metode *Mark Up Pricing*

Tabel 4.9
Total Biaya Produksi Nasi Goreng pada Bulan April 2022

Biaya Bahan Baku Langsung	
- Nasi Goreng	16.674.750
Biaya Tenaga Kerja Langsung	4.050.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	1.407.900
Total Biaya Produksi	22.132.650

Sumber : Data Diolah Tahun 2022

Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa total biaya produksi nasi goreng selama bulan April 2022 terhitung Rp 22.132.650 dengan jumlah produksi 1.500 bungkus. Maka untuk menentukan harga pokok produksi, total biaya produksi dibagi dengan total produksi sebulan.

Harga Pokok Produksi = Total Biaya Produksi : Produksi Sebulan

Rp. 22.132.650 : 1.500 bungkus

Rp. 14.755/bungkus

Mark up yang ditetapkan sebesar 40% untuk memperoleh laba yang diinginkan. Untuk menentukan harga jual, maka harga pokok produksi dikalikan dengan satu ditambah presentase *mark up* yang telah ditetapkan. *Mark up* merupakan metode sederhana yang memiliki keuntungan lebih mulai dari perhitungan yang simpel, perhitungan yang terperinci dan juga memudahkan dalam mengelola usaha. Tidak akan terjadinya kerugian atau pun kesalahan dengan menggunakan *mark up*, *mark up* sendiri bertujuan untuk menutupi biaya tidak langsung serta laba rugi. Perhitungan dengan metode *mark up pricing* diuraikan sebagai berikut:

Harga Jual Produk = Harga Pokok Produksi x (1 + Persentase Mark Up)

Rp. 14.755 x (1 + 40%)

Rp. 14.755 x 1,4

Rp. 20.657/bungkus

Untuk penetapan harga jual, maka harga pokok produksi dikalikan dengan satu ditambah presentase *mark up* yang telah ditetapkan. Berdasarkan harga pokok produksi yang telah diperoleh sebesar Rp. 14.755/bungkus, maka dikalikan dengan $1 + 40\%$ *mark up* yang telah ditetapkan oleh Bofet Martabak Kubang Wadesta. Hasil dari *mark up* tersebut diperoleh harga jual sebesar Rp. 20.657/bungkus. Hasil dari penetapan harga jual dengan menggunakan metode *mark up pricing* ini sesuai dengan teori yang terdapat pada bab dua yaitu teori dari Tjiptono tahun 2015.

Total jumlah laba bruto dalam satu kali penjualan/bungkus dengan mengurangi harga jual dengan harga pokok produksi yaitu, Rp. 20.657 dikurang Rp. 14.755 sebesar Rp. 5.902/bungkus.

C. Harga Jual Soto Dengan Metode *Mark Up Pricing*

Tabel 4.10
Total Biaya Produksi Soto pada Bulan April 2022

Biaya Bahan Baku Langsung	
- Soto	5.488.050
Biaya Tenaga Kerja Langsung	2.700.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	563.158
Total Biaya Produksi	8.751.208

Sumber : Data Diolah Tahun 2022

Tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa total biaya produksi soto selama bulan April 2022 terhitung Rp. 8.751.208 dengan jumlah produksi 600 bungkus. Maka untuk menentukan harga pokok produksi, total biaya produksi dibagi dengan total produksi sebulan.

Harga Pokok Produksi = Total Biaya Produksi : Produksi Sebulan

Rp. 8.751.208 : 600 bungkus

Rp. 14.858/bungkus

Mark up yang ditetapkan sebesar 40% untuk memperoleh laba yang diinginkan. Untuk menentukan harga jual, maka harga pokok produksi dikalikan dengan satu ditambah presentase *mark up* yang telah ditetapkan. *Mark up* merupakan metode sederhana yang memiliki keuntungan lebih mulai dari perhitungan yang simpel, perhitungan yang terperinci dan juga memudahkan dalam mengelola usaha. Tidak akan terjadinya kerugian atau pun kesalahan dengan menggunakan *mark up*, *mark up* sendiri bertujuan untuk menutupi biaya tidak langsung serta laba rugi. Perhitungan dengan metode *mark up pricing* diuraikan sebagai berikut:

Harga Jual Produk = Harga Pokok Produksi x (1 + Persentase Mark Up)

Rp. 14.858 x (1 + 40%)

Rp. 14.858 x 1,4

Rp. 20.801/bungkus

Untuk penetapan harga jual, maka harga pokok produksi dikalikan dengan satu ditambah presentase *mark up* yang telah ditetapkan. Berdasarkan harga pokok produksi yang telah diperoleh sebesar Rp. 14.858/bungkus, maka dikalikan

dengan $1 + 40\%$ *mark up* yang telah ditetapkan oleh Bofet Martabak Kubang Wadesta.

Hasil dari *mark up* tersebut diperoleh harga jual sebesar Rp. 20.801/bungkus. Hasil dari penetapan harga jual dengan menggunakan metode *mark up pricing* ini sesuai dengan teori yang terdapat pada bab dua yaitu teori dari Tjiptono tahun 2015. Total jumlah laba bruto dalam satu kali penjualan/bungkus dengan mengurangi harga jual dengan harga pokok produksi yaitu, Rp. 20.801 dikurang Rp. 14.858 sebesar Rp. 5.943/bungkus.

Dalam menghitung laba rugi periodik Bofet Martabak Kubang Wadesta perlu melakukan pencatatan biaya produksi yang telah dikeluarkan sebelumnya. Setelah mengetahui biaya produksi, maka harga pokok produksi akan mudah diperoleh. Dengan adanya penentuan harga pokok produksi, Bofet Martabak Kubang Wadesta dimudahkan dalam menentukan jumlah beban yang harus dikeluarkan agar biaya tersebut teralokasikan secara baik. Penentuan harga pokok produksi juga sebagai dasar atau acuan dalam perhitungan biaya yang akan digunakan untuk periode selanjutnya. Keuntungan yang diterima sebagai alat bantu dalam merealisasikan biaya produksi, dapat menghitung laba dengan mudah dan memudahkan dalam menentukan harga jual produk.

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data di lapangan bahwa harga jual yang ditetapkan oleh Bofet Martabak Kubang Wadesta sebagai berikut nasi goreng Rp. 19.000, soto Rp. 20.000 dan martabak mesir Rp. 23.000. Untuk harga jual yang penulis peroleh dalam penelitian ini dengan menerapkan *mark up* yang

telah ditetapkan oleh Bofet Martabak Kubang Wadesta sebesar 40% yaitu sebagai berikut:

- a. Harga martabak mesir Rp. 21.063/bungkus
- b. Harga nasi goreng Rp. 20.657/bungkus
- c. Harga soto Rp. 20.801/bungkus

Dari data lapangan dan hasil penelitian tersebut bisa kita lihat bahwasannya harga yang ditetapkan oleh Bofet Martabak Kubang Wadesta tidak terlalu jauh selisihnya dengan hasil penelitian yang penulis peroleh.

Perhitungan biaya produksi pada Bofet Martabak Kubang Wadesta masih terhitung belum terperinci, ada beberapa biaya dihitung berdasarkan biaya estimasi atau diperkirakan oleh perusahaan itu sendiri. Selain itu tolak ukur dalam penetapan harga jual pada Bofet Martabak Kubang Wadesta berdasarkan harga produk sejenis yang ada dipasaran. Sehingga harga jual yang ditetapkan perusahaan sedikit lebih tinggi dari harga jual yang dihitung berdasarkan metode *mark up pricing*. Ditambah dengan kondisi saat ini dimana setiap harga pokok dan bahan baku tidak stabil dipasaran. Harga jual yang ditetapkan dengan penggunaan metode *mark up pricing* sangat memudahkan dan menguntungkan terhadap penetapan harga jual. Begitu juga yang seharusnya digunakan pada Bofet Martabak Kubang Wadesta, metode ini sangat efektif digunakan dalam proses pemasaran atau penjualan produknya.

Adapun manfaat yang diperoleh Bofet Martabak Kubang Wadesta dari penetapan harga yaitu bisnis martabak dapat menembus pasar dengan mudah.

Dapat meningkatkan nilai dan brand image Bofet Martabak Kubang Wadesta. Bisa mengembangkan produk yang berkualitas, meningkatkan pelayanan pada pelanggan, loyalitas pelanggan dan membuktikan data kesediaan pelanggan dalam membayar produk yang berkualitas.

Berdasarkan dari lima penelitian terdahulu, hasil penelitian yang penulis temui menunjukkan adanya perbedaan terhadap harga jual dan metode yang digunakan. Penelitian pada Dolphin Donuts Bakery melakukan perbandingan harga dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dan *mark up pricing*. Dari hasil tersebut didapatkan harga yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi dari pada harga yang dihitung dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dan *mark up pricing*. Sedangkan pada UKM Suckseed Konveksi Di Tasikmalaya, memiliki kesamaan yaitu penerapan metode *mark up pricing* untuk menentukan harga jual produk.

Dengan menggunakan metode ini pelaku usaha harus mengetahui berapa persen laba yang diinginkan, pada UKM Suckseed Konveksi Di Tasikmalaya menetapkan laba sebesar 50% sedangkan pada Bofet Martabak Kubang Wadesta menetapkan sebesar 40%. Setelah penetapan harga tersebut perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menjual produk yang sama.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dalam menentukan harga jual Bofet Martabak Kubang Wadesta lebih efektif menggunakan metode *mark up pricing* karena dapat mengidentifikasi harga pokok produksi per produk. Dengan menambahkan mark up yang telah ditetapkan oleh perusahaan, hal ini memudahkan dalam menetapkan harga jual suatu produk. Sehingga harga jual yang ditetapkan perusahaan sedikit lebih tinggi dari harga jual yang dihitung berdasarkan metode *mark up pricing*. Ditambah dengan kondisi saat ini dimana setiap harga pokok dan bahan baku tidak stabil dipasaran. Harga jual yang ditetapkan dengan penggunaan metode *mark up pricing* sangat memudahkan dan menguntungkan terhadap penetapan harga jual. Begitu juga yang seharusnya digunakan pada Bofet Martabak Kubang Wadesta, metode ini sangat efektif digunakan dalam proses pemasaran atau penjualan produknya.

5.2 Saran

Pihak Bofet Martabak Kubang Wadesta dapat mempertimbangkan cara penetapan harga jual berdasarkan metode *mark up pricing*. Hal tersebut akan menghasilkan laba sesuai dengan target penjualan Bofet Martabak Kubang Wadesta. Bagi peneliti berikutnya, semoga hasil penelitian ini bisa jadi bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian dalam fokus yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Hikmat, W. R. (2020). *Penerapan Metode Mark Up Pricing Untuk Menentukan Harga Jual Kaos Polos Pada UKM Suckseed Konveksi Di Tasikmalaya*. Jurnal Mahasiswa Industri Galuh, 1(01), 62-68.
- Maulani, M. R., & Nursolihah, R. 2022. *Rancang Sistem Informasi Inventori Furniture Menggunakan Metode Mark Up Pricing Pada Toko XYZ*. Jurnal Teknik Informatika, 14(1), 24-31.
- Oktavia, N. (2020). *Analisis Penetapan Harga Menggunakan Metode Mark Up Pricing Pada Produk Permen Susu (Studi Pada Permen Susu Selamat Gama Desa Penyaring Kabupaten Sumbawa)*. Journal Of Accounting, Finance And Auditing, 2(1), 28-40.
- Prayogo, H. (2017). *Strategi Penetapan Harga Pada Bisnis Jasa Video Stagger Media*
- Purbosari, R. 2019. *Analisis Perhitungan Biaya Produksi Menggunakan Metode Full Costing Untuk Menetapkan Harga Pokok Produksi Pada PT. Catur Putra Surya di Surabaya*. Skripsi Universitas Bhayangkara Surabaya. 17.
- Rohmat, B. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Provider Pada Penggunaan Layanan Ooredoo di Kota Magelang*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Magelang. 17.
- Rumondor, P. W., Tumbel, A. L., dan Ogi, I. W. J. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Teronata di Karawang*. Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi, Vol.5. 1102-1112.
- Sihite, L. B., & Sudarno, S. 2012. *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada Perusahaan Garam Beryodium (Studi Kasus pada UD. Empat Mutiara)*. Diponegoro Journal Of Accounting, 1.1:468-482.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.
- Toar, O., Karamoy, H., & Wokas, H. (2017). *Analisis Perbandingan Harga Jual Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Dan Mark Up Pricing Pada Dolphin Donuts Bakery*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi, 5(2).

Wahyuningsih, D., & Hasibuan, D. H. (2018). *Penggunaan Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Penerapan Metode Mark Up (Studi Kasus Pada UMKM Tepung Talas RUSMAN)*. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 6(2), 174-186.

Wijaya, A., dkk. 2020. *Manajemen Operasi Produksi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.



LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Wawancara

Sejarah Perusahaan

- 1) Siapa pendiri Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat?
- 2) Tahun berapa berdiri Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat?
- 3) Bagaimana gambaran umum dan sejarah berdirinya Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat?
- 4) Bagaimana bentuk struktur organisasi pada Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat?
- 5) Apa yang menjadi tujuan Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat?



Lampiran 2 : Dokumentasi Lapangan







Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian



Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
FAKULTAS EKONOMI
Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi "B"
 Website: www.umsb.ac.id e-mail: rektor@umsb.ac.id umsb@telkom.net
 Alamat : Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 485 1262, Padang 25172

Nomor : 748/II.3.AU/F/2022
 Lamp. : -
 Hal : Mohon Izin Penelitian

Padang, 06 Zulkaidah 1443 H.
 06 Juni 2022 M.

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Pemilik Bofet Martabak Kubang Wadesta
Bandar Buat
 di
Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dalam rangka menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, maka setiap mahasiswa terlebih dahulu diharuskan melakukan penelitian ke lapangan untuk penulisan skripsi.

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu menerima mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini untuk dapat melakukan penelitian dan pengambilan data pada perusahaan/instansi yang Bapak/Ibu pimpin, dengan data mahasiswa :

Nama : **Agusra**
 N I M : 18.10.002.61201.008
 Program Studi : Manajemen
 Jenjang Program : Strata Satu (S1)
 Alamat : Komplek ATIP Tabing, Kota Padang
 Hp. : 0822 8340 0293
 Judul Skripsi : Penetapan Harga Jual pada Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat

Demikian disampaikan kepada Bapak/Ibu, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wabillaahi taufiq walhidayah
Wassalammu'alaikum wr. wb.



Fuguh Setiawan, SE, M.Si
NBM : 1202659

Tembusan :

1. Rektor UM Sumbar
2. Pertinggal

Lampiran 4 : Surat Selesai Penelitian

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **YAN WARDI**
 Jabatan : **Pemilik**
 Alamat : **komp. Oriya Permata Biru B/14**

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa/si yang beridentitas:

Nama : **Agusta**
 Nim : **181000261201008**
 Prodi : **Manajemen**
 Fakultas : **Ekonomi**
 Universitas : **Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat**

Telah selesai melakukan penelitian di Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat beralamat di Simpang Tiga Bandar Buat, Kecamatan Lubuk Kilangan, Kota Padang. Penulis melaksanakan penelitian di Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat semenjak tanggal 22 Maret 2022 sampai tanggal 26 Juni 2022. Untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Penetapan Harga Jual Pada Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat**".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 27 Juni 2022

Pemilik Bofet



YAN WARDI

Lampiran 5 : SK Bimbingan


Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
FAKULTAS EKONOMI
Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi "B"
Website: www.umsb.ac.id e-mail: rektor@umsb.ac.id umsb@telkom.net
 Alamat : Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 485 1262, Padang 25172

SURAT KEPUTUSAN
 Nomor : 278/II.3/AU/KEP/2022

TENTANG :
 PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR/SKRIPSI
 Semester **Ganjil** Tahun Akademik 2021 / 2022

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Padang, setelah :

Menimbang : 1. Bahwa sesuai dengan buku Pedoman Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi untuk setiap mahasiswa;

2. Bahwa judul tugas akhir/skripsi terlebih dahulu harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing yang telah ditunjuk oleh ketua Prodi;

3. Bahwa untuk kepastian dalam pelaksanaan tugas Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi perlu ditetapkan Surat Keputusan Dekan;

Mengingat : 1. AD dan ART Muhammadiyah

2. Undang-undang Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas

3. PP Nomor 17 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan penyelenggaraan Pendidikan.

4. Statuta UM Sumbar Tahun 2020

5. SK Akreditasi Nomor : 013/BAN-PT/Ak-XII/S1/VI/2009 tanggal 9 Juni 2009.

6. SK Majelis Pendidikan Tinggi Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 63/SK-MPT/II.B/1.b/1999 tanggal 11 Oktober 1999 tentang Qaedah PTM

MEMUTUSKAN

Menetapkan
Pertama : Menyetujui Judul Skripsi/tugas akhir kepada mahasiswa yang tersebut namanya dibawah ini;

Nama : Agusra
 Bp/NPM : 18.10.002.61201.008
 Prodi : Manajemen

Judul Tugas Akhir/Skripsi :
Strategi Penetapan Harga (Studi Kasus Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat)

Kedua : Menunjuk Saudara :

a. Asrizal, SE, M.Si Ditugaskan Sebagai Pembimbing I
b. Leli Suwita, SE, MM Ditugaskan Sebagai Pembimbing II

Ketiga : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagai amanah. Jika terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan ditinjau kembali sebagaimana mestinya;

Ditetapkan di : Padang
 Pada tanggal : 09 Jumadil Akhir 1443 H.
 12 Januari 2022 M.


 Dekan
Dr. H. Tiwi Indrayani, M.Pd
 NPM : 93 25 57

Tembusan:

1. Rektor UM Sumbar
2. Yang bersangkutan
3. File



Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

FAKULTAS EKONOMI

Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi " B "

Website: www.umsb.ac.id e-mail: rektor@umsb.ac.id umsb@telkom.net

Alamat : Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 481777, Padang 25172

Nomor : 278/II.3.AU/KEP-PSA/2022
Lamp. : 1 lembar
Hal : Pembimbing Skripsi

Padang, *09 Jumadil Akhir 1443 H.*
12 Januari 2022 M.

Kepada Yth. Bpk/Ibuk/Sdr.

1. Asrizal, SE, M.Si
2. Leli Suwita, SE, MM

Staf Pengajar Fakultas Ekonomi UM Sumbar
Di
Padang

Assalamu'alaikum wr. wb.

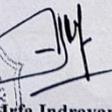
Kami sampaikan kepada Bapak/Ibuk/Sdr. bahwa mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya diwajibkan menulis skripsi dengan baik. Untuk itu kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibuk/Sdr. menjadi pembimbing skripsi atas nama :

Nama	: Agusra
N I M	: 18.10.002.61201.008
Program Studi	: Manajemen
Jenjang Program	: Strata 1 (S1)
Dengan Judul	: <i>Strategi Penetapan Harga (Studi Kasus Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat)</i>

Selanjutnya setiap kegiatan konsultasi bimbingan skripsi, supaya Bapak/Ibuk/Sdr. Untuk mengisi daftar kegiatan konsultasi (terlampir). Yang nantinya dikirim ke Kopertis Wilayah X.

Demikian disampaikan kepada Bapak/Ibuk/Saudara, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik dari Saudara diucapkan terima kasih.

Wabillaahi taufiq walhidayah
Wassalammu'alaikum wr. wb.

Dekan

Dekan
Dekan Tri Irfi Indrayani, M.Pd
NBM : 93 25 57

Lampiran 6 : Daftar Kegiatan Konsultasi Bimbingan



Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

FAKULTAS EKONOMI

Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi " B "

Website: www.umsb.ac.id e-mail: rektor@umsb.ac.id umsb@telkom.net

Alamat : Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 481777, Padang 25172

DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Agusra
 N I M : 18.10.002.61201.008
 Program Studi : Manajemen
 Jenjang Program : Strata 1 (S1)
 Dengan Judul : Strategi Penetapan Harga (Studi Kasus Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat)

No.	Tanggal Konsultasi	Usulan/Perbaikan/Penjelasan	Tanda Tangan	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	23/2 - 2022	- Tambah jenis penelitian - Tidak menguraikan penelitian yang sudah - Hilangkan kependahuluan - Teknik analisis data harus menggunakan rumus	Amir	
2.	24/2 - 2022	- Perbaiki metode dan strategi - kerangka: penelitian		gs
3.	14/3 - 2022	- Pilih angka metod. dan strategi - tambahkan harga yang mana yang akan dipakai	Amir	
4.	14/3 - 2022	- Perbaiki bab 2. Elemen pokok - tambahkan daftar yang menggunakan		gs
5.	21/3 - 2022	- Perbaiki judul (1 soal) - ketelitian penulisan - kemampuan dengan operasi (gaji) - Perbaiki narasi teknik penyaji data	Amir	
6.	21/3 - 2022	- Perbaiki penulisan dan teknik ur - metode penulisan harga jual martabak		gs
7.	29/3 - 2022	Perbaiki - munculkan Biaya produksi BAB 2 + Diagram operasional	Amir	
8.		Perlu kembangkan data jumlah jenisnya.		gs
9.		Acc Seminar proposal	Amir	
10.	12/04 - 2022			gs

Padang, 09 Jumadil Akhir 1443 H.
12 Januari 2022 M.

Dekan

 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
 Dr. G. H. H. Indrayani, M.Pd
 NPM: 93 25 57



Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

FAKULTAS EKONOMI

Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi " B "

Website: www.umsb.ac.id e-mail: rektor@umsb.ac.id umsb@telkom.net

Alamat : Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 481777, Padang 25172

DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Agusra
 N I M : 18.10.002.61201.008
 Program Studi : Manajemen
 Jenjang Program : Strata 1 (S1)
 Dengan Judul : Strategi Penetapan Harga (Studi Kasus Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat)

No.	Tanggal Konsultasi	Usulan/Perbaikan/Penjelasan	Tanda Tangan	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	13/04 2022	ACC skripsi		
2.	9/06.2022	- Lengkapi data yang didapat di lapangan.		
3.	21/06.2022	- Tambah teori mark up pricing - Tambah teori HPP.		
4.	23/06.2022	- Arahkan pembahasan ke arah - Tambah cara pada setiap - Tambah cara SOP pembuatan produk.		
5.	24/06.2022	- Bandingkan varian pembuatan mark up pricing.		
6.	27.06.22	kebutuhan		
7.	29.06.22	ACC skripsi		
8.	7-07-22	Acc komprehensif		
9.				
10.				

Padang, 09 Jumadil Akhir 1443 H.
 12 Januari 2022 M.

Dekan
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
 Irfa Indravani, M.Pd
 NBM: 93 25 57

Lampiran 7 : Persetujuan Seminar Proposal

PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSAL
Telah disetujui untuk Seminar Proposal Penelitian

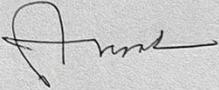
PENETAPAN HARGA JUAL
(Studi kasus Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat)

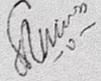
NAMA : AGUSRA
 NIM : 181000261201008
 PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

Padang, 14 April 2022

Disetujui Oleh

Pembimbing 1 Pembimbing 2


 (Asrizal, SE, M.Si)


 (Leli Suwita, SE,MM)

Diketahui

Kasus Program Studi


 (Asrizal, SE, M.Si)



Lampiran 8 : Persetujuan Seminar Hasil

PERSETUJUAN SEMINAR HASIL
Telah disetujui untuk Seminar Hasil

PENETAPAN HARGA JUAL
PADA BOFET MARTABAK KUBANG WADESTA BANDAR BUAT



Padang, 27 Juni 2022

Pembimbing 1

(Asrizal, SE, M.Si)

Pembimbing 2

(Leli Suwita, SE, MM)

Diketahui

PEK Ketua Program Studi



(Lia Indrayani, M.Pd)

Lampiran 9 : Persetujuan Ujian Komprehensif

PERSETUJUAN KOMPREHENSIF
Telah disetujui untuk Ujian Komprehensif

PENETAPAN HARGA JUAL
PADA BOFET MARTABAK KUBANG WADESTA BANDAR BUAT

NAMA : AGUSRA
NIM : 181000261201008
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN



Padang, 15 Juli 2022

Disetujui Oleh :

Pembimbing 1

Pembimbing 2

(Asrizal, SE, M.Si)

(Leli Suwita, SE, MM)

Diketahui

Kepala Program Studi



(Leli Suwita, SE, M.Si)

Lampiran 10 : SK Keterangan Bebas Plagiarisme



Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
FAKULTAS EKONOMI
Status : Terakreditasi B

Website: www.umsb.ac.id e-mail: rektor@umsb.ac.id umsb@telkom.net
 Alamat : Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 485 1262, Padang 25172

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
 Nomor : 899/KET/II.3.AU/D/2022

Operator Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa dengan identitas berikut:

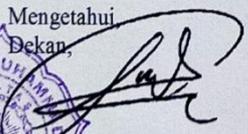
Nama	: Agusra
NIM	: 181000261201008
Program Studi	: SI Manajemen
Fakultas	: Ekonomi

Judul Tugas Akhir/Skripsi:

PENETAPAN HARGA JUAL PADA BOFET MARTABAK KUBANG WADESTA BANDAR BUAT

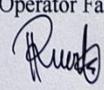
Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme kurang dari 30 % pada setiap subbab naskah Tugas Akhir/Skripsi yang di susun. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasarat untuk mengikuti ujian Tugas Akhir/Skripsi.

Mengetahui
 Dekan,



Pugh Setiawan, SE., M.Si
 NIDN. 1007017302

Padang, 14 Juli 2022
 Operator Fakultas Ekonomi



Ratna Sari, S. Kom
 NIK. 21022017