

# Penerapan *Target Costing* Sebagai Penentuan Harga Pokok Produksi Pada UMKM Kue Dongkal Ade

Alfaraby Armansyah<sup>1</sup>, Apin Abdul Matin<sup>2</sup>, Mohammad Daffa Araehan<sup>3</sup>, Sandi Ramadhan<sup>4</sup>

Universitas Bina Sarana Informatika<sup>1,2,3,4</sup>  
Jln. Ciledug Raya No.168, RT.010/RW.004, Ulujami, Pesanggrahan, Jakarta Selatan,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12250, Indonesia  
E-mail: uwinbakoye@gmail.com<sup>1</sup>, abdulapinmatin@gmail.com<sup>2</sup>,  
muhammadaraehan01@gmail.com<sup>3</sup>, sandiramadan0404@gmail.com<sup>4</sup>

Submit:  
19-06-2025

Revisi:  
28-06-2025

Terima  
02-07-2025

Terbit Online:  
01-09-2025

## ABSTRAKSI

**Abstrak** - Penentuan Harga Pokok Produksi dapat diartikan sebagai langkah pada proses pengendalian biaya serta menetapkan harga jual sebuah produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* pada Kue Dongkal Ade. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara sebagai data primer dan observasi lapangan sebagai data sekunder. Penelitian ini menghasilkan serta menunjukkan penerapan metode *full costing* berguna untuk memberikan informasi terhadap biaya produksi dengan lebih akurat dibanding dengan perhitungan sederhana yang dilakukan pemilik usaha. Pada wawancara yang dilakukan kami mendapatkan bahwa biaya produksi per hari sebesar 210.000 dengan penjualan sebanyak 40 porsi dikali dengan harga jual 10.000 berarti mendapatkan laba sebesar 400.000 dengan pengambilan margin sebesar 20%. Penelitian ini mendapat hasil bahwa penerapan *Target costing* dalam penentuan harga pokok produksi sangat efisien dalam membantu pelaku usaha menjalankan kegiatan operasionalnya. Kata Kunci: Harga Pokok Produksi, biaya, klasifikasi biaya, *Target costing*, *full costing*.

## ABSTRACT

**Abstracts** - The Determination of Cost of Production can be interpreted as a step in the cost control process as well as in setting the selling price of a product. This study aims to analyze the calculation of the cost of production using the *full costing* method at Kue Dongkal Ade. This research uses a qualitative approach by conducting interviews as primary data and field observations as secondary data. The study demonstrates that the application of the *full costing* method is useful in providing more accurate information about production costs compared to the simple calculations made by the business owner. From the interviews conducted, it was found that the daily production cost is IDR 210,000, with 40 portions sold at a selling price of IDR 10,000 per portion, resulting in a profit of IDR 400,000 and a margin of 20%. The study concludes that the implementation of *Target costing* in determining the cost of production is highly efficient in helping business owners manage their operational activities.

**Keywords:** Cost of Production, Expense, cost classification, *Target costing*, *Full Costing*.

## 1. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, Pelaku UMKM selaku pelaku yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia memiliki peran penting seperti memberikan posisi kosong pekerjaan sehingga mengurangi pengangguran. Selain menjadi penyerap tenaga kerja yang besar, UMKM dapat membantu terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) dan menjadi motor penggerak ekonomi daerah. Dalam praktiknya, banyak UMKM yang

terhambat menangani masalah yang ada, terutama pada proses mengelola keuangan dan menentukan harga produk yang dapat bersaing. Salah satu permasalahan utama ialah ketidaktepatan dalam menghitung harga pokok produksi (HPP), berakibat pada kesalahan pada menetapkan harga produk, rendahnya margin keuntungan, atau bahkan kerugian.

Pada proses mempertimbangkan keuntungan yang diinginkan serta biaya pokok penjualan, dimana mencakup biaya produksi dan biaya di luar produksi

biasanya menggunakan langkah dalam penyesuaian harga jual produk. Ketika biaya-biaya tersebut mengalami kenaikan, produsen akan memutuskan untuk menaikkan harga jual dengan tujuan menjaga keuntungan. Namun, jika harga tinggi, hal ini membuat produk menjadi kurang laku di pasar. Oleh karena itu, untuk mengendalikan pengeluaran, terutama dalam hal biaya produksi, agar harga jual tetap terjangkau tanpa harus mengorbankan keuntungan. (Marpaung & Silaban, 2024).

*Target costing* ialah cara menentukan batas maksimal biaya yang dapat dikeluarkan perusahaan pada proses membuat suatu produk, kemudian merancang produk tersebut agar tetap dapat menguntungkan. Pendekatan ini dilakukan dengan mengambil keuntungan agar produk yang dihasilkan mampu memberikan keuntungan yang maksimal, mencapai target penjualan, serta tetap memenuhi standar harga jual, kualitas, dan fungsi yang sesuai dengan harapan pasar. (Tiow, 2025).

Penggunaan *Target costing* diharapkan dapat menjadi alat pengendalian biaya produksi yang efektif. Proses yang dilakukan adalah menetapkan batas biaya tertentu untuk membantu mengurangi pengeluaran sedari tahap perancangan produk, dengan cara menghilangkan biaya yang tidak menambah manfaat. Dengan proses ini, perusahaan diharapkan bisa bekerja lebih efisien dan memiliki daya saing yang lebih kuat di pasar. (Oinike & Sihite, 2024).

Pada pendekatan metode tradisional untuk menghitung biaya produksi, biaya dibagi menjadi biaya tetap dan biaya variabel yang berhubungan langsung dengan produk. Umumnya, metode ini menggunakan pendekatan alokasi biaya yang bersifat umum. Namun, pendekatan ini sering menyebabkan masalah karena biaya yang dialokasikan tidak mencerminkan pengeluaran riil untuk setiap produk. Akibatnya, bisa terjadi kesalahan penghitungan seperti biaya produk yang terlalu rendah (*undercosting*) atau terlalu tinggi (*overcosting*). Permasalahan ini kemudian mendorong munculnya metode *Activity-Based Costing (ABC)*. (Ray & Das, 2023).

Kami mewawancarai seseorang sebagai pelaku UMKM dengan menjual makanan berupa kue dongkal, dengan tujuan memahami lebih dalam mengenai bagaimana metode *Full Costing* dapat diterapkan secara optimal dalam kegiatan operasional UMKM. Melalui pemahaman tersebut, kami berharap pelaku UMKM dapat menyusun perencanaan biaya dan strategi pengelolaan keuangan yang lebih efisien. Selain itu, metode ini juga diharapkan membantu dalam penetapan harga produk yang bersaing di pasar, namun tetap menjaga margin keuntungan yang sehat bagi pelaku usaha.

### Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya diartikan sebagai suatu pelajaran dalam akuntansi yang berfokus pada pengumpulan, pengukuran, analisis, dan melaporkan informasi biaya yang berkaitan pada proses menghasilkan barang atau

jasa dalam suatu perusahaan. Menurut (Utami & Nurayuni, 2022), “Akuntansi biaya berkaitan erat dalam proses mencatat, membagikan, menyimpulkan dan memberikan hasil biaya pada proses produksi dan penjualan barang jadi”. Sedangkan jika dilihat dari fungsinya, akuntansi biaya merupakan suatu aktifitas untuk menghasilkan informasi tentang biaya yang berguna keputusan manajemen Perusahaan. Dengan adanya akuntansi biaya perusahaan dapat menetapkan harga jual, menghitung keuntungan produk, memanfaatkan sumber daya secara efisien, serta sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan adanya pengurangan atau peningkatan biaya. Terdapat beberapa jenis biaya dalam akuntansi biaya yaitu, biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*), biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*), Biaya produk (*product cost*) dan biaya periode (*period cost*).

### Biaya

Biaya merupakan komponen yang harus dikorbankan seseorang untuk mendapatkan hasil diakhir usahanya, contohnya berupa uang, tenaga, dan waktu. Pada dunia bisnis makanan, biaya mencakup beberapa macam, diantaranya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional, dan biaya lain-lainnya. Sebagaimana dikatakan (Utami & Nurayuni, 2022) Biaya adalah penggunaan sumber daya ekonomi dalam bentuk uang, baik yang telah dikeluarkan maupun yang berpotensi akan dikeluarkan, untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, biaya juga merupakan biaya yang akan datang atau yang akan dikeluarkan untuk tujuan tertentu.

### Klasifikasi Biaya

Menurut (Sanro et al., 2024), “Untuk membantu organisasi mengelola dan menampilkan fungsinya, klasifikasi biaya adalah proses penggolongan komponen biaya secara keseluruhan ke dalam kelompok tertentu.”. Klasifikasi biaya merupakan elemen penting dalam akuntansi dan manajemen, dikarenakan dapat membantu perusahaan memahami dan mengontrol pengeluaran dengan lebih efisien dan efektif. Pentingnya klasifikasi biaya yaitu memahami lebih baik komponen biaya perusahaan. Ini membantu dalam pengambilan keputusan strategis, perencanaan anggaran, dan analisis kinerja. Terdapat beberapa jenis klasifikasi biaya, yaitu:

- 1) Klasifikasi Berdasarkan Sifatnya:
  - a. Biaya Variabel (*Variable Cost*): Dimana biaya ini mengikuti perubahan pada tingkat produksi.
  - b. Biaya Tetap (*Fixed Cost*): Apabila terjadi perubahan pada biaya produksi, biaya ini akan tetap sama tidak terjadi perubahan.
- 2) Klasifikasi Berdasarkan Periode Waktu:
  - a. Biaya Produksi (*Product Costs*): Biaya produksi diartikan gabungan semua biaya yang digunakan dalam pembuatan produk atau penyediaan jasa.

- b. Biaya Periode (Period Costs): Biaya periode adalah biaya yang tidak terkait secara langsung dengan produksi produk tertentu.
- 3) Klasifikasi Berdasarkan Fungsi:
  - a. Biaya Produksi (Manufacturing Cost): Termasuk pada biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik.
  - b. Biaya Operasional (Operating Cost): Biaya operasional mencakup semua biaya yang terjadi dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan, termasuk biaya produksi, biaya distribusi, dan biaya administrasi.
- 4) Klasifikasi Berdasarkan Identifikasi Produk:
  - a. Biaya Langsung (Direct Cost): Biaya langsung dapat dengan mudah diidentifikasi dan diatribusikan secara langsung ke produk atau jasa tertentu.
  - b. Biaya Tidak Langsung (Indirect Cost): Biaya tidak langsung sulit untuk diidentifikasi secara spesifik dengan produk atau jasa tertentu. (Islachiyana et al., 2023).

**Target costing**

Perusahaan menggunakan *target costing* untuk menentukan harga pokok produk yang sesuai dengan target tersebut. Kemudian, harga jual produk digunakan sebagai referensi untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan. Pendekatan ini membantu perusahaan dalam mengelola biaya secara efisien. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, perusahaan membentuk tim khusus dalam pengembangan produk yang bertugas merancang produk dengan memastikan bahwa seluruh proses produksinya tetap berada dalam batas biaya yang telah ditargetkan. Langkah-langkah *Target costing* meliputi: penetapan harga produk berdasarkan pasar, memikirkan laba yang diinginkan, menetapkan target biaya, dan mengembangkan produk untuk memenuhi target biaya tersebut.

Perhitungan biaya berdasarkan target (*Target costing*) mendorong perusahaan untuk lebih bersaing. Metode ini merupakan bagian dari analisis strategis yang sering digunakan di industri dengan tingkat persaingan tinggi, dimana selisih harga yang kecil saja bisa memengaruhi keputusan konsumen dan membuat mereka beralih ke produk yang lebih murah.. (Fatma & Infani, 2024).

**Harga Pokok Produksi (HPP)**

Perhitungan Harga Pokok Produksi meliputi semua biaya produksi yang digunakan untuk memproses bahan baku mentah menjadi barang jadi dalam periode tertentu. Jika terjadi kesalahan dalam menghitung Harga Pokok Produksi, perusahaan bisa mengalami kerugian karena biaya tersebut menjadi patokan utama untuk menetapkan harga jual dan margin keuntungan. Metode ABC tidak hanya memberikan informasi yang lebih akurat mengenai harga pokok produksi, tetapi juga menyajikan rincian biaya dari berbagai aktivitas

yang terlibat dalam proses produksi. (Fatma & Infani, 2024).

Informasi harga pokok produksi yang dihitung pada jangka waktu tertentu berguna untuk:

- 1) Menetapkan harga jual produk
- 2) Memonitoring kelangsungan biaya produksi
- 3) Fungsi akuntansi biaya
- 4) Menghitung laba rugi bruto periode tertentu
- 5) Menentukan biaya pada produk jadi dan produk dalam proses
- 6) Fungsi perencanaan dan pengawasan produk (Fatma & Infani, 2024)

**Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi**

Dalam metode perhitungan harga produksi, pengusaha akan memperhitungkan komponen biaya yang telah ditetapkan dan kemudian dimasukkan ke dalam harga pokok produksi (Dirgantara et al., 2025) Metode total biaya dan metode biaya variabel adalah dua metode yang tersedia untuk digunakan dalam perhitungan harga pokok produksi.

*1. Full Costing*

Untuk menentukan harga pokok produksi, metode *full costing* menggabungkan semua elemen biaya produksi, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik tetap maupun variabel. Pendekatan *full costing*, juga dikenal sebagai pendekatan tradisional, menghasilkan laporan laba rugi di mana biaya dikelola sesuai dengan fungsi produksi, administrasi, dan penjualan (Titania Nurul Haliza & Erma Yani, 2023)

(Harefa & Zebua, 2022) memaparkan rumus menghitung dengan menggunakan metode *full costing*

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp ...
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp ...
Biaya Overhead Pabrik Tetap	Rp ...
Biaya Overhead Pabrik Variabel	Rp ... +
<b>Harga Pokok Produksi</b>	<b>Rp ...</b>

*2. Variabel Costing*

Metode *Variabel Costing* untuk menentukan harga pokok produksi hanya memasukkan biaya produksi variabel seperti biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik ke dalam perhitungan harga pokok. Dengan metode ini, hanya biaya produksi variabel yang dihitung dalam perhitungan harga pokok. Biaya produksi tetap dianggap sebagai biaya periode dan disatukan dengan biaya tetap non-produksi.

(Titania Nurul Haliza & Erma Yani, 2023)

(Harefa & Zebua, 2022) juga memaparkan rumus menghitung dengan menggunakan metode *Variabel Costing*.

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp ...
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp ...
Biaya Overhead Pabrik Variabel	Rp ... +
<b>Harga Pokok Produksi</b>	<b>Rp ...</b>

**Kerangka Berfikir Penelitian**



Sumber: (penelitian, 2025)  
Gambar 1. Kerangka Berfikir

**2. METODE PENELITIAN**

Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha Kue Dongkal Ade, Akang Ade Irma. Data sekunder diperoleh melalui observasi lapangan dan dokumentasi penjualan. Pendekatan kualitatif berdasar studi kasus dipilih sebagai metode penelitian. Dengan diberinya data yang berkaitan dengan harga pokok produksi maka kami mendapatkan modal awal serta omset perbulan dari penjualan Kue Dongkal Ade.

Prosedur penelitian meliputi: wawancara mendalam mengenai operasional usaha, biaya produksi, pengumpulan data biaya terkait bahan baku, tenaga kerja, dan overhead; serta analisis biaya menggunakan metode *Target costing*.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Observasi serta wawancara yang dilakukan, kami mendapatkan beberapa data produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, serta biaya overhead pabrik. Dari data-data yang dikumpulkan kami dapat menghitung harga pokok produksi dari Kue Dongkal Ade. Berikut merupakan hasil dan pembahasannya.

**3.1. Hasil**

Kami mendapat kesimpulan bahwa usaha Kue Dongkal Ade belum lama berdiri sejak tahun 2024 dikarenakan Ade Irma terinspirasi dari usaha keluarga dan ingin melanjutkan usaha tersebut dengan membuka di daerah Jakarta Selatan. Produk unggulan yang dijual adalah Kue Dongkal dengan bahan yang berkualitas dengan menggunakan beras pulen, gula aren, lalu ditaburi dengan kelapa yang menghasilkan cita rasa mengesankan dengan perpaduan Betawi dan Tasikmalaya.

Tabel 1. Data Produksi

Bahan Baku	Biaya
Beras	1.800.000
Gula Aren	1.440.000
Kelapa	1.200.000
Pandan	200.000
Vanili	100.000
<b>Total</b>	<b>4.740.000</b>

Sumber: (Data Kue Dongkal Ade, 2025)

Tabel 2. Biaya Tenaga Kerja

Aktivitas	Biaya
Berjalan sendiri	0

Sumber: (Data Kue Dongkal Ade, 2025)

Tabel 3. Biaya Overhead

Jenis Biaya	Biaya
Listrik	100.000
Tempat	300.000
Gas	200.000
Kemasan	300.000
<b>Total</b>	<b>900.000</b>

Sumber: (Data Kue Dongkal Ade, 2025)

Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan *fullcosting*

Rumus:

1. Target Cost = Harga Jual – Margin Laba
2. Harga Jual = Rp 10.000
3. Margin Laba = 20% x 10.000 = 2.000
4. Target Cost = 8.000
5. Total Target Cost = 8.000 x 10.000 = Rp 80.000.000

Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan *Variabel Costing*

1. Target Cost = Harga Jual – Margin Laba
2. Harga Jual = 10.000
3. Margin Laba = 20% x 10.000 = 2.000
4. *Variabel Cost* = 8.500
5. Total Target Cost = 8.500 x 10.000 = Rp 85.000.000

**3.2. Pembahasan**

Kue Dongkal Ade merupakan sebuah usaha makanan yang menjual kue dongkal dengan cita rasa khas Betawi dan Tasikmalaya. Usaha ini berlokasi di Jl. Masjid Darul Falah no. 61, Petungkang Utara, Pesanggrahan, Jakarta Selatan. Berdiri pada tahun 2024 dengan motivasi mencari keuntungan serta membawa bisnis keluarga ke kota yang baru. Usaha Kue Dongkal Ade belum secara menyeluruh menghitung harga pokok produksi, beliau hanya menghitung biaya produksi secara sederhana.

Jika dihitung secara sederhana menggunakan biaya produksi, Kue Dongkal Ade untuk modal produksi per hari adalah Rp 210.000, penjualan sebanyak 40 porsi dengan harga per porsi Rp 10.000 maka laba per hari adalah 400.000, berarti keuntungan yang didapat per hari adalah Rp 400.000-Rp 210.000 maka dihasilkan sebesar Rp 190.000. Dengan memperkirakan margin laba sebesar 20% dari penjualan, maka laba yang didapat per hari dengan penjualan 40 pcs adalah sebesar Rp 80.000.

Tabel 4. Hasil

No	Metode	HPP per Porsi	Total biaya produksi
1	<i>Full costing</i>	Rp 8.000	Rp 80.000.000

2	Variabel Costing	Rp 8.500	Rp 85.000.000
---	------------------	----------	---------------

Sumber: (Data Kue Dongkal Ade, 2025)

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

Penerapan metode *Target costing* dan *Activity Based Costing* (ABC) menjadi pendekatan yang efektif dalam membantu UMKM untuk menetapkan harga pokok produksi secara lebih akurat, efisien, serta strategis. *Target costing* berguna untuk pelaku usaha menetapkan biaya produksi berdasarkan harga jual yang diinginkan sesuai dengan kondisi pasar, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk.

Kue Dongkal Ade merupakan sebuah usaha kuliner keluarga yang ingin memperluas usahanya dengan cara membuka cabang di kota yang berbeda, usaha ini belum melakukan perhitungan secara menyeluruh, hanya menghitung biaya produksi secara sederhana. Dengan jual harga sebesar Rp 10.000/porsi dan mencari laba sebesar 20%, maka Kue Dongkal Ade mengambil laba sebesar Rp 2.000 dari penjualan per porsinya.

##### Saran

###### 1. Untuk Pemilik Usaha

Disarankan agar pemilik usaha dapat menghitung biaya produksi menggunakan *Target costing* dengan metode *full costing* sehingga dapat menentukan harga jual lebih tepat. Dan pemilik usaha dapat melakukan produksi yang lebih per porsinya untuk dapat meningkatkan pendapatan, dimana adanya pengeluaran yang tak terduga serta biaya bahan baku yang nantinya akan terus naik setiap harinya.

###### 2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Kami hanya menghitung biaya produksi menggunakan *Target costing* dengan menghitung biaya-biaya produksi, diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode lainnya sehingga dapat menghasilkan serta memperluas hasil yang diteliti dalam perhitungan harga pokok produksi.

###### 3. Untuk Pelaku Usaha lain

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan pembaca yang melakukan kegiatan usaha seperti ini dapat memahami lalu menggunakan metode serupa guna meningkatkan efisiensi serta daya saing produk.

#### REFERENSI

Dirgantara, J. E., Wijaya, M. E., Syam, A. F., Wahab, A., Lutfi, M., Islam, U., Alauddin, N., & Islam, E. (2025). *Pasar dan harga pada teori ekonomi islam*. 9(1), 15–23.

Fatma, H., & Infani. (2024). Strategic Cost Management: Target Costing Dengan Metode Abc Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Pt. Hari Fatma). *National Conference on Accounting and Fraud Auditing*, 5(1), 1–31. <https://doi.org/10.31326/v5i1.1981>

Harefa, P. R. A., & Zebua. (2022). Analisis Biaya Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi (JAMANE)*, 1(2), 218–223.

Islachiyana, R., Zunaidi, A., Puspitasari, D. A., & Mahmudi, D. (2023). Strategi Pengendalian Biaya Produksi : Analisis Perlakuan Akuntansi Produk Cacat di Usaha Kerajinan Terbang Bani Syafi ' i. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(1), 99–118.

Marpaung, A. L., & Silaban. (2024). Implementasi Activity Based Costing dalam Menentukan Target Costing Sebagai Alternatif Pengendalian Harga Pokok Produksi. *Journal Of Social Science Research*, 4(3), 16781–16791.

Oinike, R., & Sihite. (2024). *1739-Article Text-6868-1-10-20240622*. 8.

Ray, S., & Das. (2023). 1, 2, 3, 4. 6(2), 1–9.

Sanro, M., Nainggolan, J., Mendrofa, T. R., Saribu, A. D., & Silaban, I. J. H. (2024). *Implementasi Biaya Berbasis Aktivitas ( ABC ) dan Implikasinya Terhadap Laba*. 4, 16769–16780.

Tiow, A. G. (2025). *Penerapan target costing dengan pendekatan activity-based costing pada UD. Monicha Jaya Angelica Gabriela Tiow*. <https://doi.org/10.58784/mbkk.299>

Titania Nurul Haliza, & Erma Yani. (2023). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Produksi (Studi Kasus Pada UMKM Es The Nusantara Cabang Kota Jambi). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 128–137. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i2.1880>

Utami, A., & Nurayuni, S. (2022). Alokasi Biaya Berdasarkan Produksi Dan Perannya Dalam Tujuan Bisnis (Literature Review Akuntansi Biaya). ... *Dan Akuntansi*, 1–11.