

PENGARUH BIAYA PRODUKSI TERHADAP HARGA JUAL PADA USAHA KECIL SOVINA NAUDIN KONVEKSI DI PASAR AUR KUNING KOTA BUKITTINGGI

Nur Azizah^{1*}, Rini Elvira²

^{1,2} UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Sumatera Barat, Indonesia

Keyword:

Production Costs, Selling Prices

Artikel History:

Submitted: Jun 21, 2022

Accepted: Jun 3, 2024

Published: Jun 30, 2024

*** Corresponding author**

e-mail:

nurazizah152002@gmail.com

Abstract

The Muslim fashion industry in Indonesia is experiencing rapid growth along with rising consumer demand and the emergence of small businesses in the garment industry. However, pricing for small businesses is often hampered by a lack of information about the actual production cost structure. The purpose of this research is to determine the effect of production costs on selling prices at the small company Sovina Naudin Konveksi in Aur Kuning Market, Bukittinggi. The method used is an associative quantitative methodology, where primary data is obtained through interviews, observation, and documentation, while secondary data is obtained from the business's financial records. This research data consists of 35 data sets sourced from production cost and selling price bookkeeping for the period January 2022 to November 2024. The testing methods used include data normality, linearity and homogeneity tests, simple linear regression tests, t-tests, and adjusted R-Squared tests. The results indicate that production costs influence 22.9 percent of selling prices, while 77.1 percent is influenced by other unspecified factors. The implications of this research are the importance of implementing a structured and accurate cost recording system at Sovina Naudin Konveksi so that selling prices can be set rationally, avoiding the risk of loss and increasing competitiveness, as well as contributing to the literature on cost accounting and pricing strategies in the Muslim fashion sector of MSMEs in traditional markets.

Abstrak

Industri fashion Muslim di Indonesia mengalami perkembangan pesat seiring dengan naiknya permintaan konsumen dan munculnya usaha kecil bidang konveksi. Namun, penetapan harga jual usaha kecil sering kali terhambat oleh kurangnya informasi tentang struktur biaya produksi yang sebenarnya. Tujuan riset ini untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap harga jual pada perusahaan kecil Sovina Naudin Konveksi di Pasar Aur Kuning Bukittinggi. Metode yang digunakan metodologi kuantitatif asosiatif, dimana data primer diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder dari catatan keuangan usaha. Data riset ini terdiri 35 data yang bersumber dari pembukuan biaya produksi dan harga jual periode Januari 2022 sampai November 2024. Metode pengujian menggunakan, uji normalitas data, linearitas dan homogenitas, uji regresi linear sederhana, uji t, dan uji R-Squared yang disesuaikan. Hasilnya menunjukkan kemampuan biaya produksi memengaruhi 22,9 persen harga jual, sedangkan 77,1 persen dipengaruhi faktor lain yang tidak ditentukan. Implikasi riset, pentingnya penerapan sistem pencatatan biaya terstruktur dan akurat pada



Sovina Naudin Konveksi agar harga jual dapat ditetapkan secara rasional, menghindari risiko kerugian dan meningkatkan daya saing, serta berkontribusi pada literatur akuntansi biaya dan strategi harga pada UMKM sektor mode muslim di pasar tradisional.

Kata Kunci: Biaya Produksi, Harga Jual

PENDAHULUAN

Industri mode muslim (*modest fashion*) menunjukkan dinamika pertumbuhan yang konsisten pada tingkat global dalam dua dekade terakhir. Pergeseran preferensi konsumen menuju produk busana yang mengombinasikan nilai religius, estetika, dan fungsionalitas telah memperluas pasar lintas negara dan lintas segmen. Modernisasi rantai pasok, penetrasi platform digital, serta kemunculan desainer dan merek lokal yang responsif terhadap tren telah mempercepat difusi produk dan memperpendek siklus desain-produksi-distribusi. Di tengah kompetisi global yang kian ketat, penentuan harga jual menjadi salah satu penentu utama keberlanjutan usaha, khususnya bagi pelaku skala kecil yang sensitif terhadap fluktuasi biaya produksi. Pada saat ini, industri mode Muslim dan Muslimah sangat menguntungkan, untuk mempercantik penampilan mereka (Amalina, 2022). Pelaku bisnis konveksi busana muslim menghadapi tantangan untuk menyeimbangkan biaya produksi dengan harga jual karena meningkatnya permintaan untuk pakaian muslim (Miftahul & Dkk, 2024).

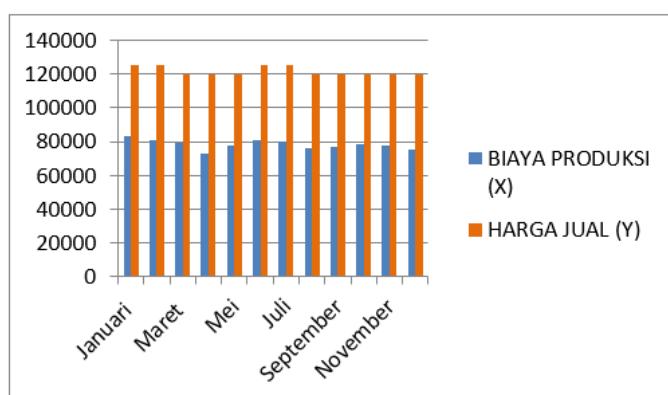
Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan (Abdul Nasser Hasibuan, 2021). Harga jual adalah harga yang diperoleh dari transaksi jual beli yang terjadi secara wajar dan bila mana tidak terdapat transaksi jual beli, maka hal ini ditentukan perbandingan objek lain yang sejenis (Nilam Sari, 2020). Harga jualnya akan lebih tinggi karena perusahaan membutuhkan keuntungan untuk beroperasi. Sebaliknya, jika biaya produksi perusahaan lebih rendah, harga jualnya akan lebih rendah, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan bisnis lain. (Roy'an & Rohman, 2021) (Sari, 2021).

Biaya produksi adalah semua pengeluaran perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi yang akan digunakan untuk menghasilkan barang-barang produksi oleh perusahaan tersebut (Anwar, 2021). Dalam penelitian terdahulu (Sari, 2021) diketahui bahwa biaya produksi memiliki pengaruh positif terhadap harga jual. Semakin besar biaya produksi akan menyebabkan harga jual barang akan lebih mahal sehingga kurang kompetitif dan sebaliknya semakin rendah biaya produksi akan menyebabkan harga jual lebih murah sehingga mampu bersaing dengan produk sejenis

atau produk substitusi (Hartono, 2016). Singkatnya, biaya produksi memiliki dampak yang signifikan terhadap profitabilitas (Eva Mariana Ventura Hernandez, 2024).

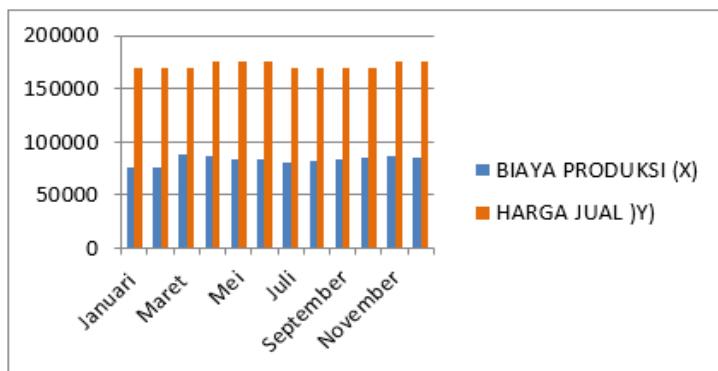
Secara lokal, Pasar Aur Kuning di Kota Bukittinggi dikenal sebagai simpul perdagangan tekstil dan busana yang melayani konsumen ritel maupun pedagang antar-daerah. Karakter pasar yang padat pelaku dan sensitif harga membuat persaingan berlangsung ketat, sementara preferensi konsumen dapat berubah cepat mengikuti tren. Kondisi tersebut menuntut pelaku konveksi skala kecil untuk memiliki sistem kalkulasi biaya yang andal dan fleksibel, agar penetapan harga jual mencerminkan struktur biaya aktual sekaligus strategi pemasaran yang relevan dengan daya beli lokal.

Salah satu usaha kecil konveksi busana muslim wanita yang menjual bermacam-macam baju gamis di Pasar Aur Kuning Bukittinggi adalah Sovina Naudin Konveksi. Dikatakan usaha kecil karena sesuai dengan pendapat dari Hamdani. Kriteria dari usaha kecil, seperti modal, jumlah karyawan dan lainnya yang sesuai dan terpenuhi oleh usaha busana muslim Sovina Naudin Konveksi. Usaha ini telah mengalami banyak perkembangan dari segi produksi baju gamisnya, peralatan produksi, model-model baju yang mengikuti zaman terkini.



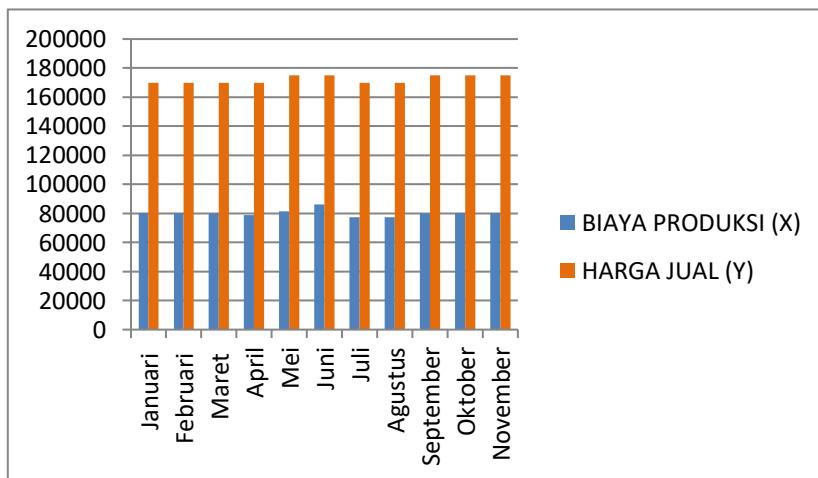
Sumber : data Sekunder, 2024

Pada awal Januari, biaya produksi adalah Rp 83.548 dan harga jual adalah Rp 125.000, menunjukkan harga tertinggi keduanya pada bulan tersebut dan hampir sama dengan bulan-bulan sebelumnya. Namun, pada bulan April, biaya produksi terendah adalah Rp 72.664, yang menunjukkan penurunan.



Sumber: data diolah, 2024

Biaya produksi dan harga jual; Maret mencatat biaya produksi tertinggi sebesar Rp. 88.794. dan harga jual tertinggi sebesar Rp. 175.000 pada beberapa bulan seperti bulan April, Mei, November, Desember. Biaya Produksi terendah pada awal bulan yaitu bulan Februari sebesar Rp. 75.546 dan harga jual terendah di bulan Januari, Februari, dan bulan berikutnya.



Sumber: data sekunder diolah, 2024

Biaya produksi dan harga jual pada tahun 2024 di atas menunjukkan bahwa harga jual dan biaya produksi berubah; bulan Juni mencatat harga jual tertinggi sebesar 86.262 sebesar 175.000 dan harga jual terendah pada bulan Juni dan Agustus sebesar 77.285 sebesar 170.000.

Secara teoritis, penetapan harga jual pada usaha kecil umumnya dipengaruhi oleh pendekatan *cost-based pricing*, *market-based pricing*, atau kombinasi keduanya. Pada pendekatan berbasis biaya, total biaya produksi—ditambah margin yang diinginkan—menjadi dasar harga. Sementara pada pendekatan berbasis pasar, harga ditentukan oleh kondisi permintaan–penawaran dan benchmark kompetitor. Dalam praktik, usaha kecil sering kali mengadopsi pendekatan hibrida: biaya menjadi batas

bawah (*floor price*) agar usaha tidak merugi, sementara kondisi pasar membentuk kisaran harga yang dapat diterima konsumen. Kesenjangan pengetahuan (*knowledge gap*) muncul ketika pelaku usaha belum memiliki sistem pencatatan biaya yang memadai, sehingga keputusan harga lebih banyak berbasis intuisi dibandingkan data.

Dari sudut pandang manajerial, pemahaman yang kuat tentang pengaruh biaya produksi terhadap harga jual akan membantu pemilik Sovina Naudin Konveksi dalam: (1) merancang struktur biaya yang efisien melalui pengendalian bahan baku, perencanaan tenaga kerja, dan alokasi overhead yang tepat; (2) menyusun strategi harga yang adaptif terhadap perubahan biaya dan dinamika pasar; serta (3) menetapkan target margin dan volume yang realistik untuk menjaga arus kas dan kesinambungan usaha. Secara akademik, penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur akuntansi biaya dan pemasaran UMKM di sektor mode muslim, khususnya pada konteks pasar tradisional yang bergerak menuju digitalisasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh biaya produksi terhadap harga jual pada Usaha Kecil Sovina Naudin Konveksi di Pasar Aur Kuning Kota Bukittinggi. Hasil penelitian diharapkan memberikan rekomendasi praktis bagi pemilik usaha dalam merumuskan kebijakan harga yang berkelanjutan dan berbasis data, sekaligus menjadi rujukan bagi pembuat kebijakan dan pendamping UMKM dalam merancang program peningkatan kapasitas pengelolaan biaya dan harga di sektor konveksi mode muslim.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metodologi kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif dipilih karena bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel independen (biaya produksi) dan variabel dependen (harga jual) pada objek penelitian. Penelitian dilaksanakan pada Usaha Kecil Sovina Naudin Konveksi yang berlokasi di Pasar Aur Kuning, Kota Bukittinggi, pada periode September 2024 sampai Maret 2025.

Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui observasi, survei, wawancara dan dokumentasi. Jenis dan sumber data pada reset ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha dan observasi langsung terhadap kegiatan produksi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen pembukuan usaha, catatan biaya, dan laporan penjualan. Data yang

dilolah dalam riset ini bersumber dari data biaya produksi dan harga jual Usaha Kecil Sovina Naudin Konveksi mulai dari Januari 2022 sampai November 2024 (35 data).

Metode analisis data penelitian ini menggunakan program pengolahan data yaitu SPSS versi 20 yang terdiri dari uji prasyarat data (uji normalitas, homogenitas dan linearitas) analisis regresi linear sederhana dan uji t serta uji koefisien determinasi. Analisa data pada penelitian ini menggunakan model regresi linear sederhana, dikarenakan hanya menggunakan satu variable independen saja. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Harga Jual

X = Biaya Produksi

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Prasyarat Data

1. Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Output Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	21154.4966297
	Deviation	9
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.114
	Negative	-.142
Kolmogorov-Smirnov Z		.841
Asymp. Sig. (2-tailed)		.478

Sumber : Data Dilolah Dengan SPSS 20, 2024

Seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas, data penelitian terdistribusi normal atau memenuhi persyaratan uji normalitas. Nilai Sampel Satu Kolmogorov Smirnov sebesar 0,841 dan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,478 menunjukkan hal ini. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa temuan penelitian ini sebanding dengan rata-rata.

2. Uji Homogenitas

Pengujian ini digunakan untuk menentukan apakah golongan informasi penelitian memiliki varians yang sama. Lieve yang digunakan untuk tes ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Output Uji Homogenitas

		Test of Homogeneity of Variances			
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Biaya Produksi	Based on Mean	1.113	3	31	.359
	Based on Median	1.124	3	31	.355
	Based on Median and with adjusted df	1.124	3	22.032	.361
	Based on trimmed mean	1.028	3	31	.394

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 20, 2024

Tabel di atas menunjukkan hasil uji homogenitas Levene: biaya produksi nilai sig lebih dari (0,05), yang menunjukkan bahwa data penelitian ini homogen dan tidak memiliki varian.

3. Uji Linieritas

Tabel 3. Hasil Output Uji Linieritas

ANOVA Table					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F
Harga Jual*Biaya Produksi	Between Groups	1878261904	26	72240	.0
		7.619		8424.9	3.749
				08	2
	Linearity	5108852973.	1	51088	26.511
		849		52973.	0
				849	1
	Deviation from Linearity	1367376607	25	54695	2.838
		3.770		0642.9	6
				51	4
	Within Groups	1541666666.	8	19270	
		667		8333.3	
	Total	2032428571	34	4.286	

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 20, 2024

Ada hubungan yang linear antara variabel biaya produksi (X) dan harga jual (Y), seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas. Kesimpulan ini didasarkan pada kenyataan bahwa nilai deviasi dari linearitas signifikansi 0,064 lebih besar dari 0,05.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Koefisien regresi kedua variabel dievaluasi menggunakan uji regresi linear berganda untuk menentukan signifikansinya. Regresi sederhana bergantung pada hubungan yang ada antara satu variabel independen dan satu variabel dependen secara fungsional dan kasual.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-111668.899	80150.987		-1.393	.173
Biaya 1. Produksi	3.312	.995	.501	3.329	.002

a. Dependent Variable: Harga Jual

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 20, 2024

Variabel biaya produksi memiliki pengaruh parsial terhadap harga jual, dengan nilai Sig sebesar 0,002, yang menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel independen lebih kecil dari 0,05, dan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima.

2. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, koefisien determinasi, yang biasanya diwakili dengan R^2 , digunakan.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien determinasi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-111668.899	80150.987		-1.393	.173
Biaya 1. Produksi	3.312	.995	.501	3.329	.002

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa pengaruh biaya produksi terhadap harga jual adalah 22,9%, dengan nilai R^2 (Adjusted R square) 0,229. Faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini mempengaruhi sisa sebesar 77,1%.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan menggunakan software SPSS 20. Biaya produksi memengaruhi harga jual. Karena perusahaan membutuhkan keuntungan untuk bertahan, harga jual akan lebih tinggi. Sebaliknya, jika biaya produksi perusahaan lebih

rendah, harga jual akan lebih rendah, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan pesaingnya. Ini menunjukkan bahwa harga jual busana muslim di perusahaan kecil Sovina Naudin Konveksi terkait dengan biaya produksi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada hubungan signifikan antara harga jual (Y) dan biaya produksi (X). Dengan kata lain, harga jual busana muslim akan meningkat jika biaya produksi perusahaan kecil Sovina Naudin Konveksi meningkat. Nilai 0,229 dihasilkan dari uji koefisien determinasi atau koefisien persegi yang disesuaikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi hanya memberikan pengaruh sebesar 22,9% terhadap harga jual pada Usaha Kecil Sovina Naudin Konveksi di Pasar Aur Kuning Kota Bukittinggi. Temuan ini memberikan indikasi bahwa meskipun biaya produksi merupakan faktor penting dalam menentukan harga, namun mayoritas variasi harga jual (77,1%) lebih banyak ditentukan oleh faktor eksternal di luar biaya.

Menurut teori *Cost-Plus Pricing*, harga jual ditetapkan dengan menjumlahkan seluruh biaya produksi per unit dengan tambahan margin keuntungan (Kotler, 2018). Dengan demikian, biaya produksi seharusnya menjadi determinan utama harga jual. Namun, rendahnya kontribusi biaya produksi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha konveksi tidak semata-mata menggunakan pendekatan *cost-based pricing*. Sebaliknya, mereka lebih banyak dipengaruhi oleh faktor pasar, tren, dan strategi kompetitif.

Hal ini sejalan dengan teori *Price Elasticity of Demand*, yang menyatakan bahwa perubahan harga sangat dipengaruhi oleh tingkat sensitivitas konsumen terhadap harga barang (Mankiw, 2012). Dalam konteks mode muslim, konsumen seringkali menilai produk bukan hanya dari biaya produksinya, tetapi dari tren, desain, dan persepsi nilai. Jika suatu model dianggap modis atau sedang populer, konsumen bersedia membayar lebih tinggi meskipun biaya produksinya tidak jauh berbeda dengan model lainnya.

Temuan ini konsisten dengan (Miftah Fajar Gumelar, 2025) yang menemukan bahwa harga jual lebih dipengaruhi oleh promosi digital dibandingkan dengan biaya produksi. Akan tetapi, berbeda dengan temuan (Roy'an, 2021) pada UMKM makanan, di mana biaya produksi berpengaruh lebih dari 50% terhadap harga jual. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik industry, pada sektor makanan, biaya bahan baku

merupakan komponen dominan, sedangkan pada sektor mode muslim, nilai estetika, desain, dan tren pasar lebih menentukan harga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh biaya produksi terhadap harga jual pada Usaha Kecil Sovina Naudin Konveksi di Pasar Aur Kuning Kota Bukittinggi, diperoleh temuan bahwa biaya produksi berpengaruh positif terhadap harga jual dengan kontribusi sebesar 22,9%. Hal ini menunjukkan bahwa setiap perubahan pada komponen biaya produksi seperti bahan baku, tenaga kerja, dan biaya operasional lainnya akan memberikan dampak langsung terhadap penentuan harga jual produk.

Namun, nilai pengaruh sebesar 22,9% juga mengindikasikan bahwa terdapat faktor lain di luar biaya produksi (sebanyak 77,1%) yang turut memengaruhi harga jual, seperti strategi pemasaran, tingkat permintaan pasar, persaingan, kualitas produk, serta kebijakan harga yang diterapkan oleh pemilik usaha. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun biaya produksi merupakan salah satu faktor penting dalam penentuan harga jual, usaha kecil Sovina Naudin Konveksi perlu mempertimbangkan faktor eksternal lainnya untuk menjaga daya saing dan keberlanjutan usahanya di Pasar Aur Kuning Kota Bukittinggi.

Hasil penelitian ini memiliki sejumlah implikasi praktis yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak. Bagi pemilik usaha Sovina Naudin Konveksi dapat menetapkan strategi harga yang lebih tepat dan rasional, sehingga harga jual tidak terlalu rendah yang berpotensi menimbulkan kerugian, maupun terlalu tinggi yang dapat menurunkan daya saing usaha, serta riset ini menjadi dasar dalam melakukan efisiensi biaya tanpa menurunkan kualitas produk, sehingga margin dapat optimal. Implikasi riset bagi karyawan menekankan pentingnya efisiensi dalam penggunaan bahan baku dan produktivitas kerja, sehingga karyawan dapat lebih menyadari setiap aktivitas produksi akan berpengaruh terhadap biaya produksi, harga jual dan keberlanjutan usaha.

Bagi usaha kecil lain disekitar pasar Aur Kuning, penelitian dapat dijadikan rujukan atau praktik baik dalam mengelola biaya produksi serta menentukan harga jual. Dengan adanya perhitungan harga yang lebih realistik, iklim persaingan usaha dipasar akan lebih sehat, karena harga ditentukan dari analisis biaya yang nyata. Sedangkan bagi pemerintah atau Lembaga UMKM, riset ini dapat menjadi bahan masukan dalam merancang program pembinaan, pelatihan, maupun kebijakan yang berkaitan dengan

efisiensi biaya produksi dan strategi penetapan harga. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi secara nyata dalam mendukung perkembangan UMKM Konveksi di Kota Bukittinggi, khususnya dikawasan Pasar Aur Bukittinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Nasser Hasibuan, R. A. (2021). *Akuntansi Manajemen: Teori Dan Praktek*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Anwar, V. M. (2021). *Mikro Ekonomi (Sebuah Pengantar)*. Jawa Barat : CV Media Sains Indonesia
- Amalina, N., Wani, A. R., & Lestari, D. (2022). Analisis Fashion Muslim Di Era Millenial Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(3), 153.
- Budi Hartono. (2016). *Prinsip Analisis Ekonomi: Teori Dan Aplikasi Di Bidang Peternakan*. Universitas Brawijaya Press
- Eva Mariana Ventura Hernandez, M. A.-M. (2024). Production Costs And Their Effect On The Profitabilitas Of The SMES In Latin. *F1000Research*, 1-13.
- Hardiansyah, Raja & Anggia Sekar Putri. (2021). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Cetaka Per. Sumatera Barat: Insan Cendikia Mandiri
- Hartono, B. (2016). *Prinsip Analisis Ekonomi: Teori Dan Aplikasi Dibidang Peternakan*. Malang: Universitas Brawijaya Press
- Hasibuan, A. N., & Annam, R. (2021). *Akuntansi Manajemen: Teori Dan Praktek*. Merdeka Kreasi Group.
- Huda, C. (2016). Model Pengelolaan Bisnis Syari'ah: Penelitian Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 24(1), 165.
- Jazil, T., & Hendrasto, N. (2021). *Prinsip & Etika Bisnis Syariah*. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Kotler, A. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mankiw. (2012). *Principles of Economics*. Jakarta: Salemba Empat
- Miftahul, M., & Dkk. (2024). Analisis Biaya Produksi Syana Busana Klaten. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1), 37.
- Nainggolan, L. E. (2020). *Ekonomi Makro*. Yayasan Kita Menulis.
- Nilam Sari, R. J. (2020). Patokan Harga Jual Objek Pajak Di Kota Banda Aceh : Analisis Perspektif Mekanisme Harga Dalam Islam. *j-EBIS*, 1-24.
- Rinaldi, M. (2022). *Pengantar Ekonomi Makro*. Cipta Media Nusantara.
- Roy'an, M. F., & Rohman, F. (2021). Muhammad Faiz Roy'an and Fatchur Rohman, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Distribusi Terhadap Harga Jual Pada UKM Gendis Meubel. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 5(2), 87.
- Sahla, W. A. (2020). *Akuntansi Biaya Panduan Perhitungan Harga Pokok Produk*.

Poliban Press.

Sari, T. P. (2021). Analisis Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Pada PT Ultra Milk Jaya Industri Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)*, 3(2), 260.

Zahra, V. M. J. A. (2020). *Mikro Ekonomi (Sebuah Pengantar)*. CV Media Sains Indonesia.