

Optimalisasi Pengendalian Biaya Variabel untuk Peningkatan Profitabilitas

Marten Bora^{1*}

¹ Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin, Semarang, Indonesia

Submitted: December 12th, 2025 Revised: Desember 13rd, 2025 Accepted: December 15th, 2025 Published:
December 22th, 2025

Abstract: This study aims to analyze variable cost control strategies in improving the profitability of digital printing products produced by PT. Media Putra Bangsa Advertising. The research focuses on identifying components of variable costs, including direct material costs, direct labor costs, and variable overhead costs, as well as examining how the company controls these costs to enhance contribution margin and profitability. This study employs a qualitative method with a case study approach through data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. The results indicate that each digital printing product—banners, stickers, and backdrops—has different levels of profitability influenced by the amount of variable costs incurred. The banner product contributes higher profit compared to stickers and backdrops, while stickers show lower profitability due to the high material cost per unit. The study concludes that effective variable cost control strategies, particularly through efficient material usage and optimized production processes, are crucial for increasing the company's profitability.

Keywords: Cost Management; Variable Costs; Profitability Analysis; Production Efficiency

PENDAHULUAN

Industri digital printing merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan media promosi yang cepat, fleksibel, dan berkualitas. Dalam dunia periklanan, produk seperti banner, stiker, dan backdrop menjadi media promosi yang sangat dibutuhkan baik oleh individu, pelaku UMKM, maupun perusahaan besar. PT. Media Putra Bangsa Advertising merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ini dan menawarkan berbagai layanan digital printing untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin dinamis.

Meski permintaan pasar tinggi, pelaku usaha digital printing menghadapi tantangan dalam mengelola biaya operasional serta menentukan harga jual yang kompetitif tanpa mengorbankan profitabilitas. Salah satu penyebabnya adalah kurang optimalnya penerapan sistem pengendalian biaya, terutama biaya variabel yang secara langsung dipengaruhi oleh volume produksi seperti bahan baku (tinta dan media cetak), tenaga kerja langsung, dan biaya listrik mesin produksi. Dalam kondisi ideal, perusahaan digital printing seharusnya mampu mengendalikan biaya variabel secara efisien agar dapat menetapkan harga jual yang kompetitif sekaligus menjaga profitabilitas (Mulyadi, 2016; Hansen & Mowen, 2017).

Namun, realitas di lapangan menunjukkan kondisi yang berbeda. Kompas.com (2023) melaporkan bahwa kenaikan harga tinta, kertas, dan media cetak yang sebagian besar masih bergantung pada impor menyebabkan biaya produksi meningkat tajam. Sementara itu, persaingan yang semakin ketat menekan

harga jual, sehingga margin keuntungan perusahaan menurun. Fenomena ini menggambarkan adanya kesenjangan antara kondisi ideal dan aktual—di mana seharusnya efisiensi biaya variabel dapat meningkatkan profitabilitas, namun justru yang terjadi adalah penurunan laba akibat tingginya biaya bahan baku dan persaingan harga.

Berbagai penelitian sebelumnya juga menegaskan pentingnya pengendalian biaya variabel terhadap profitabilitas. Sari (2021) menemukan bahwa biaya variabel berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas UMKM percetakan digital printing di Bandung, di mana pengendalian biaya yang baik mampu meningkatkan margin kontribusi. Sejalan dengan itu, Wijaya (2020) menyimpulkan adanya hubungan positif antara pengendalian biaya produksi dan profitabilitas perusahaan percetakan, menunjukkan bahwa efisiensi biaya berkontribusi langsung terhadap peningkatan laba. Lestari (2019) menambahkan bahwa pengendalian biaya variabel dalam usaha percetakan offset berperan penting dalam menjaga efisiensi produksi, bahkan ketika biaya tetap relatif tinggi. Sementara itu, Putra (2018) juga membuktikan adanya korelasi kuat antara efisiensi biaya variabel dan tingkat profitabilitas di industri percetakan. Temuan-temuan tersebut memperkuat landasan empiris bahwa strategi pengendalian biaya variabel memiliki peran sentral dalam menjaga profitabilitas perusahaan percetakan, termasuk pada sektor digital printing.

Meski demikian, penelitian mengenai strategi pengendalian biaya variabel secara spesifik pada industri digital printing skala menengah masih terbatas. Padahal, karakteristik industri ini memiliki tingkat fluktuasi permintaan dan variasi produk yang tinggi, sehingga analisis terhadap biaya variabel menjadi penting untuk memahami kontribusi setiap produk terhadap laba perusahaan. Ketidakstabilan harga bahan baku, kebutuhan kustomisasi pelanggan, serta tekanan kompetisi harga menjadi tantangan utama yang memerlukan strategi pengendalian biaya yang efektif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengendalian biaya variabel dalam meningkatkan profitabilitas pada PT. Media Putra Bangsa Advertising. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap praktik manajemen biaya di industri digital printing, khususnya dalam membantu perusahaan menerapkan strategi efisiensi biaya yang dapat menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang ketat.

LANDASAN TEORI

Konsep dasar yang mendasari penelitian ini adalah teori perilaku biaya (*cost behavior*). Perilaku biaya menggambarkan hubungan antara perubahan total biaya dengan perubahan volume aktivitas perusahaan. Menurut Martusa dan Putri (2010), perilaku biaya menunjukkan bagaimana biaya berubah seiring perubahan total output yang diproduksi. Sebagian biaya mungkin langsung terpengaruh oleh kegiatan operasional, sedangkan sebagian lainnya relatif stabil dan tidak berubah terhadap variasi aktivitas bisnis. Pratiwi dan Marlina (2022) menambahkan bahwa perilaku biaya membantu perusahaan menganalisis perubahan total biaya dan biaya per unit ketika terjadi fluktuasi pada volume produksi.

Menurut Mulyadi, perilaku biaya mencerminkan hubungan antara total biaya dengan perubahan volume kegiatan, yang terdiri atas biaya tetap, biaya variabel, dan biaya campuran. Hansen dan Mowen juga menjelaskan bahwa perilaku biaya merupakan istilah umum untuk menggambarkan karakteristik biaya tetap maupun biaya variabel dalam kegiatan operasional perusahaan. Pemahaman terhadap perilaku biaya memungkinkan perusahaan membuat keputusan yang lebih tepat dalam penetapan harga, perencanaan, pengendalian, serta evaluasi kinerja keuangan.

Dalam konteks akuntansi biaya, Mulyadi (2015) mendefinisikan biaya sebagai pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Harnanto (2017) menegaskan bahwa biaya merupakan jumlah uang yang dinyatakan dari sumber ekonomi yang dikorbankan guna memperoleh sesuatu atau mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu, akuntansi biaya

berfungsi mencatat, mengalokasikan, dan menganalisis berbagai biaya yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan.

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya konstan dan tidak berubah terhadap tingkat atau ruang lingkup kegiatan dalam periode tertentu (Fahriani, 2020). Biaya ini meliputi penyusutan, asuransi, pajak properti, gaji pengawas dan manajemen, serta biaya iklan (Garrison et al. dalam Wijayanti, 2018). Biaya tetap membantu perusahaan dalam memproyeksikan kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang karena kestabilannya tidak bergantung pada volume aktivitas.

Sementara itu, biaya variabel merupakan biaya yang berubah secara proporsional dengan aktivitas produksi atau penjualan. Menurut Mulyadi (2016), biaya variabel adalah pengorbanan sumber ekonomi yang nilainya berubah sesuai dengan volume kegiatan bisnis. Pratiwi dan Marlina (2022) menyebut bahwa total biaya variabel meningkat seiring peningkatan output, namun biaya per unit tetap konstan dalam rentang aktivitas tertentu. Hansen dan Mowen (2017) menekankan bahwa pemahaman terhadap biaya variabel penting bagi perencanaan, pengendalian, serta pengambilan keputusan jangka pendek. Dalam konteks usaha digital printing, biaya variabel meliputi bahan baku (seperti tinta, vinyl, dan stiker), tenaga kerja langsung, serta listrik produksi. Efisiensi dalam pengendalian biaya variabel sangat menentukan tingkat profitabilitas perusahaan.

Profitabilitas sendiri didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Fahmi (2012) menyatakan bahwa rasio profitabilitas mengukur sejauh mana perusahaan mampu memperoleh keuntungan dari penjualan dan aset yang dimiliki. Riyanto menambahkan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik, karena menggambarkan efektivitas manajemen dalam memanfaatkan sumber daya. Menurut Muslich (2013), pengukuran profitabilitas dapat dilakukan dengan beberapa indikator seperti *Return on Investment* (ROI), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM). Harahap (2015) menegaskan bahwa profitabilitas mencerminkan efisiensi penggunaan aset dalam menghasilkan laba.

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan hubungan erat antara biaya variabel dan profitabilitas. Leman (2008) menemukan bahwa rasio keuangan seperti *EVA*, *ROA*, dan *EPS* berpengaruh terhadap harga saham melalui mekanisme profitabilitas perusahaan. Sementara itu, Juki (2008) membuktikan bahwa biaya operasional memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas, di mana semakin besar biaya operasi, semakin rendah laba yang diperoleh. Hal ini menunjukkan pentingnya pengendalian biaya, terutama biaya variabel, agar profitabilitas tetap optimal.

Hubungan antara biaya variabel dan profitabilitas dapat dijelaskan melalui analisis margin kontribusi, yaitu selisih antara harga jual dan biaya variabel. Analisis ini membantu perusahaan menilai seberapa besar kontribusi tiap produk terhadap laba keseluruhan. Ketika biaya variabel dapat ditekan tanpa menurunkan kualitas atau volume produksi, maka margin kontribusi meningkat dan profitabilitas perusahaan juga naik. Dengan demikian, efisiensi dan pengendalian biaya variabel menjadi faktor kunci dalam meningkatkan profitabilitas, terutama dalam jangka pendek.

Secara konseptual, penelitian ini berangkat dari pemahaman bahwa pengendalian biaya variabel merupakan strategi utama untuk meningkatkan profitabilitas produk digital printing. Kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan hubungan antara biaya variabel dan profitabilitas pada tiga jenis produk utama—banner, stiker, dan backdrop. Langkah analisis dimulai dari identifikasi jenis produk dan komponen biaya, baik tetap maupun variabel. Fokus utama diarahkan pada perhitungan biaya variabel per unit untuk menentukan margin kontribusi, yang kemudian digunakan dalam menilai profitabilitas masing-masing produk. Hasil analisis ini menjadi dasar bagi perusahaan dalam mengevaluasi efisiensi biaya, menentukan strategi harga, serta merumuskan keputusan produksi yang lebih menguntungkan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi pengendalian biaya variabel dalam meningkatkan profitabilitas produk digital printing pada PT. Media Putra Bangsa Advertising. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis proses, kebijakan, dan praktik pengendalian biaya yang diterapkan oleh perusahaan dalam konteks operasional nyata.

Objek penelitian adalah PT. Media Putra Bangsa Advertising, khususnya pada unit produksi digital printing yang menghasilkan produk banner, stiker, dan backdrop. Fokus penelitian diarahkan pada komponen biaya variabel yang meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel, serta peran pengendalian biaya tersebut dalam pembentukan contribution margin dan profitabilitas masing-masing produk.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada pihak manajemen dan karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi dan pengendalian biaya, guna memperoleh informasi terkait kebijakan, strategi, serta praktik pengendalian biaya variabel. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses produksi digital printing, penggunaan bahan baku, serta efisiensi tenaga kerja dan mesin. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung berupa laporan biaya produksi, catatan penggunaan bahan baku, dan data penjualan produk.

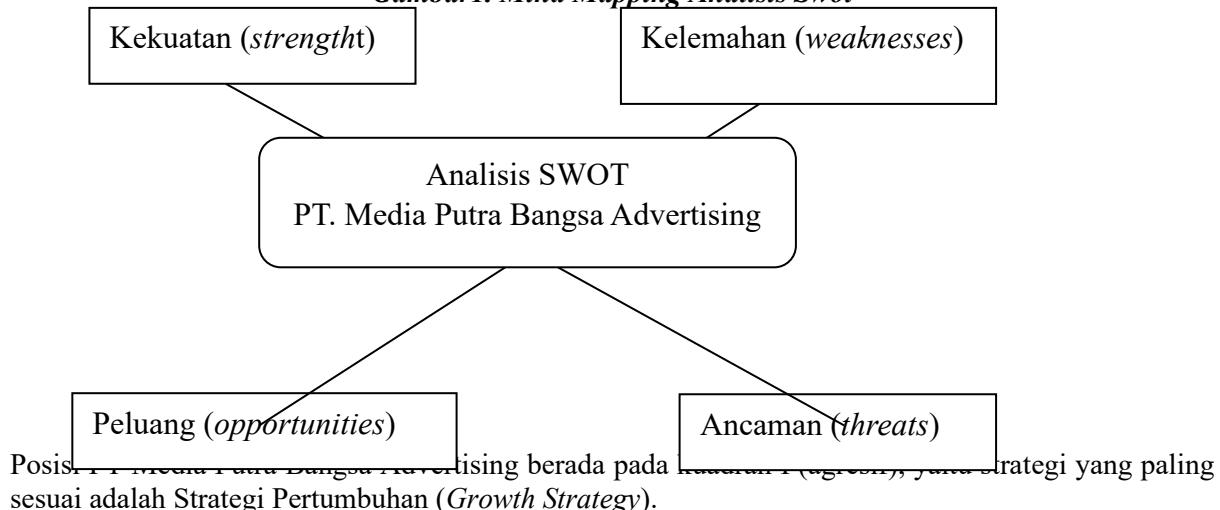
Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data biaya variabel dianalisis untuk mengidentifikasi struktur biaya pada masing-masing produk serta kontribusinya terhadap profitabilitas. Selanjutnya, dilakukan analisis perbandingan antarproduk guna mengetahui perbedaan tingkat profitabilitas berdasarkan besarnya biaya variabel yang dikeluarkan. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Melalui metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas strategi pengendalian biaya variabel yang diterapkan perusahaan serta implikasinya terhadap peningkatan profitabilitas produk digital printing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada PT. Media Putra Bangsa Advertising yang bergerak dalam bidang digital printing.

Gambar1. Mind Mapping Analisis Swot



Tabel 1. Analisis SWOT

ASPEK	KETERANGAN
STRENGTHS (S)	
STRATEGI SO (AGRESIF)	<ul style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan kualitas cetak tinggi untuk menjalin kerjasama dengan event organizer dan perusahaan besar. b. Mengembangkan variasi produk (banner, stiker, backdrop) sesuai kebutuhan UMKM c. Menawarkan harga kompetitif untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing
STRATEGI ST (DIVERSIFIKASI)	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan differensiasi layanan (custom desain, layanan cepat, paket produk) untuk menghadapi persaingan. b. Mengoptimalkan tenaga kerja berpengalaman agar tetap menjaga kualitas di tengah kenaikan harga bahan baku. c. Membuat bundling produk (banner + stiker + backdrop) agar tetap relevan meski ada pergeseran ke media digital.
WEAKNESSES (W)	
STRATEGI WO (TURNAROUND)	<ul style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan promosi digital melalui media sosial b. Melakukan investasi pada software akuntansi untuk meningkatkan sistem keuangan c. Menambah kapasitas produksi dengan penambahan mesin baru untuk memenuhi permintaan tinggi
STRATEGI WT (DEFENSIF)	<ul style="list-style-type: none"> a. Mencari lebih banyak supplier alternatif untuk menekan risiko fluktuasi harga bahan baku b. Mengendalikan biaya operasional agar lebih efisien dalam kondisi ekonomi tidak stabil. c. Melatih SDM dalam pemasaran digital agar dapat bersaing dengan kompetitor yang lebih mapan.

Evaluasi Strategi

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan formulasi strategi melalui TOWS Matrix, dapat disimpulkan bahwa strategi yang paling sesuai bagi PT Media Putra Bangsa Advertising adalah Strategi SO (Agresif), yaitu memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menangkap peluang eksternal. Strategi ini meliputi peningkatan kualitas dan variasi produk, memperkuat kerja sama dengan mitra

bisnis, serta memperluas promosi dan pemasaran agar perusahaan mampu meningkatkan profitabilitas serta daya saing dalam industri digital printing.

Strategi yang diharapkan

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan temuan dilapangan, maka dapat dituliskan strategi yang diharapkan PT. Media Putra Bangsa Advertising sebagai berikut: Strategi pertama adalah penerapan sistem perhitungan biaya produksi berdasarkan biaya variabel, menyusun standar biaya produksi permeter atau per unit produk, termasuk estimasi penggunaan bahan baku dan tenaga kerja langsung, agar perusahaan dapat mengetahui margin kontribusi secara akurat. Strategi kedua adalah pemisahan pencatatan biaya tetap dan variabel, meningkatkan sistem akuntasi dengan memisahkan biaya tetap seperti (gaji, sewa dan penyusutan) dan biaya variabel (bahan baku, tinta, listrik produksi) untuk mendukung pengambilan keputusan manajerial yang lebih tepat.

Strategi ketiga adalah penetapan harga jual berdasarkan perhitungan biaya dan margin target, merancang strategi harga berbasis data, yaitu dengan menetapkan harga jual minimal yang mampu menutupi biaya produksi dan memberikan margin keuntungan yang sehat. Strategi keempat adalah evaluasi margin kontribusi secara berkala melakukan analisis margin kontribusi setiap bulan atau kuartal untuk mengetahui produk mana yang memberikan kontribusi laba paling besar, sehingga strategi pemasaran dan produksi bisa difokuskan pada produk yang paling menguntungkan. Strategi kelima adalah investasi pada otomatisasi dan teknologi produksi baru, meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi ketergantungan pada operator berpengalaman dengan membeli peralatan yang lebih canggih dan hemat bahan.

Strategi keenam adalah pengembangan saluran distribusi online membuka layanan pemesanan online melalui website atau marketplace untuk menjangkau pasar yang lebih luas, serta mendigitalisasi alur layanan agar lebih efisien. Strategi ketujuh adalah peningkatan kompetensi sdm melalui pelatihan melakukan pelatihan berkala bagi karyawan terutama di bagian desain, produksi, dan keuangan agar lebih memahami standar biaya, efisiensi produksi, serta strategi pemasaran digital.

Berdasarkan strategi-strategi yang diharapkan oleh PT. Media Putra Bangsa Advertising bertujuan untuk mengubah pendekatan operasional dari yang bersifat konvensional menuju sistem manajerial yang lebih terukur, efisien, dan berbasis data. Dengan penerapan sistem pengendalian biaya, penetapan harga berbasis margin, serta penguatan teknologi dan SDM, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan profitabilitas serta daya saing di industri digital printing yang semakin kompetitif. Langkah ini juga akan mendukung pengambilan keputusan manajerial yang lebih tepat, strategis, dan berorientasi jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis biaya variabel dan profitabilitas produk serta analisis SWOT digital printing pada PT Media Putra Bangsa Advertising, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Struktur biaya variabel pada produk digital printing di PT Media Putra Bangsa Advertising terdiri atas komponen utama seperti bahan baku (tinta dan media cetak), tenaga kerja langsung, dan biaya listrik. Ketiga komponen ini memiliki proporsi signifikan terhadap total biaya produksi dan sangat dipengaruhi oleh volume pesanan dan spesifikasi produk.
2. Pengaruh biaya variabel terhadap profitabilitas sangat signifikan. Produk dengan struktur biaya variabel yang efisien (rendah) mampu memberikan margin kontribusi yang lebih besar. Sebaliknya, produk dengan biaya variabel yang tinggi, namun harga jualnya tidak seimbang, menunjukkan profitabilitas yang rendah. Dari hasil perhitungan margin kontribusi, produk banner memiliki kontribusi tertinggi dibandingkan stiker dan backdrop.
3. Implikasi Strategi. Secara keseluruhan, pengelolaan biaya variabel yang tepat, ditopang dengan strategi yang dirumuskan melalui analisis SWOT, akan meningkatkan profitabilitas produk. Hal ini mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan PT Media Putra Bangsa Advertising dalam jangka

panjang, baik dari sisi efisiensi internal maupun daya saing eksternal. Secara keseluruhan, pengelolaan biaya variabel yang tepat akan berdampak langsung pada peningkatan profitabilitas produk, yang pada akhirnya mendukung stabilitas dan pertumbuhan usaha PT Media Putra Bangsa Advertising dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil penelitian menngenai startegi pengendalian biaya variabel dalam meningkatkan profitabilitas pada PT. Media Putra Bangsa Advertising, maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pengelolaan Biaya Variabel: Perusahaan perlu meningkatkan efisiensi penggunaan bahan baku, khususnya tinta dan media cetak, dengan melakukan perencanaan pembelian yang tepat dan mengurangi potensi waste. Selain itu, kontrol terhadap konsumsi listrik mesin cetak dan efektivitas tenaga kerja langsung juga harus lebih ditingkatkan agar struktur biaya variabel lebih efisien. Mengoptimalkan efisiensi operasional dengan cara meminimalkan pemborosan bahan baku, mengatur jadwal kerja yang efektif, serta mempertimbangkan penggunaan teknologi cetak yang lebih hemat energi dan produktif.
2. Strategi Berdasarkan Analisis SWOT:
 - 1) Dari sisi kekuatan, perusahaan sebaiknya terus menjaga kualitas hasil cetak dan variasi produk sebagai nilai jual utama.
 - 2) Dari sisi kelemahan, perusahaan perlu mengurangi ketergantungan pada harga bahan baku dengan mencari pemasok alternatif dan melakukan promosi digital yang lebih intensif.
 - 3) Dari sisi peluang, peningkatan permintaan media promosi dari UMKM dan perusahaan besar dapat dimanfaatkan dengan memperluas jaringan pemasaran, terutama melalui platform digital.
 - 4) Dari sisi ancaman, persaingan harga yang ketat perlu diantisipasi dengan strategi diferensiasi berbasis kualitas layanan dan ketepatan waktu pengerjaan.
3. Kebijakan Harga dan Margin Kontribusi: Perusahaan sebaiknya melakukan evaluasi berkala terhadap harga jual setiap produk berdasarkan margin kontribusinya. Produk dengan kontribusi tertinggi seperti banner dapat dijadikan prioritas dalam strategi pemasaran, sedangkan produk dengan margin rendah perlu ditinjau kembali dari segi harga maupun efisiensi produksinya.
4. Implikasi Jangka Panjang: Untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan, PT. Media Putra Bangsa Advertising disarankan mengintegrasikan hasil analisis biaya variabel dengan strategi SWOT. Dengan demikian, pengendalian biaya tidak hanya berbasis efisiensi internal, tetapi juga mempertimbangkan dinamika persaingan dan peluang eksternal..

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, N. A. (2017). Pengaruh profitabilitas dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 2(1).
- Arнета, D., Suhарsono, J., Koeshardjono, H., Andianata, M., & Fitrianto, M. N. (2024). Analisis Capital Budgeting Sebagai Kelayakan Investasi Mesin Cetak Outdoor Pada Creative Digital Printing Kota Probolinggo. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 3188-3195.
- Azis, A., & Damis, S. (2024). Analisis Perilaku Biaya Terhadap Profitabilitas pada UMKM Binaan Dinas Pertanian, Kelautan, Dan Perikanan Kota Parepare. *Journal AK-99*, 4(1), 94-106.
- Anjani, P. (2024). Analisis Margin Kontribusi Sebagai Perencanaan Penjualan PT. Siantar Top TBK. *Jurnal Studi Akuntansi Pajak Keuangan*, 2(2), 105-118.
- Basir, M., & Hanafi, M. A. N. (2019). Analisis Penentuan Biaya Tetap Dan Biaya Variabel Dalam Meningkatkan Laba Pada Outlet The Coffee Bean & Tea Leaf Grand Indonesia di Kota Makassar. *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 1(2), 107-115.

- Basuki, B., Putri, A. R., Winoto, A. B., & Oktavia, A. (2025). Analisis masalah yang dihadapi pelaku UMKM di Kabupaten Klaten. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 5(2), 323-337.
- Carter, W. K. (2010). Life history and spawning movements of broad whitefish in the middle Yukon River (Doctoral dissertation, University of Alaska Fairbanks).
- Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen (2009) Cost Management Accounting and Control,
- Irfana, M. S., Yuwono, R. H., Mardana, M. Y., Jamu, Y. Y., & Sukanfuty, N. (2025). Pengaruh Proses Hasil Produksi Digital Printing Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inovasi Global*, 3(3), 502-508.
- Kolanus, Jonathan A., SLHV Joyce Lopian, and Jane G. Poluan. "Evaluasi strategi pemasaran PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Sulawesi Utara terhadap produk unggulan perusahaan (Indomie) menggunakan metode SWOT." *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 12.01 (2024): 860-867.
- Kepik, D. S., Pratama, A. Y., Alifah, S. A., Arlina, D., & Ramadhan, B. F. (2025). Perhitungan Harga Pokok Pesanan Pada Pabrik Percetakan (PT Tegar Mandiri Jaya). *Journal ANC*, 1(3), 565-570.
- Kompas.com (15 Maret 2023) dalam berita berjudul "Harga Bahan Baku Percetakan Naik, Pelaku Usaha Tertekan"
- Manik, R. U. M. (2023). Analisis Nilai Nilai Islam Dalam Strategi Pemasaran Dan Keuangan Perusahaan CV. Antique Production Untuk Mencapai Profitabilitas Yang Islami. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(6), 219-228.
- Mariana, L. (2019). Pengelolaan Modal Kerja Dan Profitabilitas Pada Percetakan Siola Digital Printing Kabupaten Majene. *Jurnal Ekonomika*, 3(2), 34-42.
- Mowen, M. M., Hansen, D. R., & Guan, L. (2006). Cost management: Accounting and control. Mason: Thomson South Western Inc.
- Manja Fatikasari, S. (2024). ANALISIS VARIANCE BIAYA PRODUKSI SEBAGAI ALAT UNTUK MENGIKUR TINGKAT EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA CV. DIVA ADVERTISING TANJUNGPINANG (Doctoral dissertation, STIE PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG).
- Nafisah, N., Dientri, A. M., Darmayanti, N., Winarno, W., & Hairudin, H. (2021). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing dan Variable Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk. *J-MACC: journal of management and accounting*, 4(1), 1-15.
- Putra, W. A. (2020). Penerapan Metode Cost Plus Pricing Dalam Menentukan Harga Jual Pada Bumdes Sumur Batu (Studi Kasus Pada Bumdes Adikarya Mandiri) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan).
- Rantung, V., Ilat, V., & Wokas, H. (2015). Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode Variabel Costing Dan Activity Based Costing Pada PT. Massindo Sinar Pratama Industri. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Suprana, Y. A. (2025). Pengaruh Digital Printing untuk Meningkatkan Nilai Ekonomis Produk UMKM. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(2), 1040-1045.
- Suwarni, S., Kaulan, K., & Yanopi, S. (2019). Analisis Biaya Produksi Dalam Penetapan Harga Jual Digital Printing Pada Cv. Fortunnaadvertising Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 80-93.