

Pengaruh Harga Biaya Bahan Baku Terhadap Harga Jual Produk di PT. Aerofood Indonesia

Dhea Salsabila Kurniawan^{1*}, Devi Maya Sofa²

¹Program Studi Akuntansi, Universitas Terbuka, Indonesia;

²Program Studi Akuntansi, Universitas Teknologi Surabaya, Indonesia.

Abstrak

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisa dan menguji terhadap pengaruh biaya total (*Total Cost*) dengan harga jual (*Price*) produk di PT Aerofood Indonesia menggunakan metode kuantitatif dan juga pendekatan regresi linier sederhana. Pada penelitian ini, semua data berupa data sekunder sebanyak 20 observasi nilai *Total Cost* dan *Price* yang diperoleh dari catatan internal perusahaan. Penelitian ini menganalisis datanya dengan perangkat lunak SPSS yang bertujuan untuk mengukur kekuatan dan signifikansi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Hasil analisis memberikan penjelasan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara biaya total terhadap harga jual produk dengan koefisien regresi sebesar 0,974 dan nilai signifikansi $< 0,05$. Koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,860 mengindikasikan bahwa 86% variasi harga jual bisa dijelaskan oleh variasi biaya total, sedangkan sisanya dipengaruhi dari faktor lain di luar model. Temuan ini memberikan penjelasan bahwa biaya bahan baku dan biaya produksi merupakan faktor utama pada penentuan harga jual produk di PT Aerofood Indonesia. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mengoptimalkan pengelolaan biaya bahan baku, menerapkan sistem pengendalian biaya yang terintegrasi, dan juga dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain yaitu kondisi pasar dan persaingan dalam strategi penetapan harga yang berguna untuk meningkatkan efisiensi serta daya saing perusahaan. Penelitian ini dapat memberikan dasar empiris yang kuat bagi pengambilan keputusan manajerial pada pengelolaan biaya dan penetapan harga produk.

Kata kunci

Harga Biaya Bahan Baku; Harga Jual Produk; Regresi Linear Sederhana

Abstract

This study aims to analyze and test the effect of total cost (Total Cost) on the selling price (Price) of products at PT Aerofood Indonesia using quantitative methods and a simple linear regression approach. In this study, all data are secondary data of 20 observations of Total Cost and Price values obtained from the company's internal records. This study analyzes the data with SPSS software, which aims to measure the strength and significance of the relationship between independent variables and dependent variables.

Korespondensi

Dhea Salsabila Kurniawan
dheasalsabila26@gmail.com

The results of the analysis explain that there is a positive and significant effect between total costs and product selling prices, with a regression coefficient of 0.974 and a significance value <0.05 . The coefficient of determination (R Square) of 0.860 indicates that 86% of the variation in selling prices can be explained by variations in total costs, while the rest is influenced by other factors outside the model. This finding explains that raw material costs and production costs are the main factors in determining the selling price of products at PT Aerofood Indonesia. Therefore, companies are advised to optimize the management of raw material costs, implement an integrated cost control system, and also consider other factors, namely market conditions and competition in pricing strategies that are useful for increasing the efficiency and competitiveness of the company. This study can provide a strong empirical basis for managerial decision-making on cost management and product pricing.

Keywords

Cost of Raw Materials; Selling Price of Products; Simple Linear Regression

Pendahuluan

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang bidang usahanya mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang siap pakai dan kemudian dijual kepada pihak yang membutuhkan barang tersebut baik berupa barang setengah jadi untuk diolah lebih lanjut atau juga bisa berupa barang langsung pakai (Wicaksono *et al.*, 2023). Perusahaan manufaktur berbeda jauh dengan perusahaan dagang (Dewi and Angela, 2021). Hal ini dikarenakan sifat usahanya yang berbeda. Apabila usaha dagang usahanya yaitu membeli barang dan kemudian menjual kembali barang dagangan tersebut kepada konsumen, dengan harapan memperoleh laba yang diperoleh dari selisih pendapatan dan beban atau biaya yang terjadi selama periode akuntansi. Sedangkan perusahaan manufaktur, dirasa lebih kompleks karena didalamnya tidak hanya membeli bahan mentah saja tetapi, juga turut memproduksi bahan tersebut menjadi barang setengah jadi atau barang jadi tergantung permintaan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Dengan adanya proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur tersebut, maka tentu saja perlakuan akuntansinya jauh lebih detail jika dibandingkan dengan perusahaan dagang dan perusahaan jasa.

Biaya bahan baku adalah anggaran yang menyajikan tentang jumlah dan biaya bahan baku yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang jadi (Dunia, Abdullah and Sasongko, 2019). Bahan baku yang akan diolah dalam proses produksi dapat bersumber dari vendor, supplier dalam (*local*), impor, atau dari pengolahan sendiri. Perusahaan agar mendapatkan bahan baku, seringkali mengeluarkan biaya tambahan diluar harga beli bahan baku contohnya dari biaya ongkos angkut. Definisi dari biaya bahan baku yaitu komponen biaya didalam proses pembuatan atau pengolahan produk bahan baku sehingga menjadi produk jadi (Amelya, Sutrisna and Rahwana, 2021). Untuk perusahaan manufaktur bahan baku yang diolah menjadi produk jadi dengan mengeluarkan biaya konversi. Bahan baku yang digunakan untuk produksi dikelompokkan kedalam bahan baku (bahan langsung) dan bahan pembantu (bahan tidak langsung). Bahan langsung merupakan bahan yang digunakan pada produksi yang dapat diidentifikasi ke produk. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya utama (*prime cost*) yang dibebankan pada persediaan produk di dalam proses produksi. Bahan tidak langsung dapat berupa bahan yang bukan termasuk ke dalam bahan baku. Biaya bahan tidak langsung dibebankan pada biaya overhead pabrik pada saat bahan tersebut digunakan dalam proses produksi (Putri and Sofa, 2025).

Harga jual yaitu harga yang diperoleh dari penjumlahan biaya produksi total ditambah dengan mark up yang digunakan untuk menutup biaya overhead pabrik perusahaan (Amaliah and Sugianto, 2018). Ada tiga konsep yang dapat digunakan untuk menentukan harga jual, diantaranya yaitu konsep biaya total, konsep biaya produk, dan konsep biaya variabel (Anwar and Widayati, 2023).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Adiguna *et al.*, 2024) yang berjudul “ Pengaruh biaya bahan baku terhadap penjualan bersih pada PT Indofood CBP Sukses Makmur TBK” menjelaskan bahwa biaya bahan baku mempunyai pengaruh pada penjualan bersih yang terjadi di PT Indofood CBP Sukses Makmur TBK yang dikarenakan biaya bahan baku adalah komponen utama pada perusahaan yang berkaitan erat dalam peningkatan penjualan. Dari penjelasan

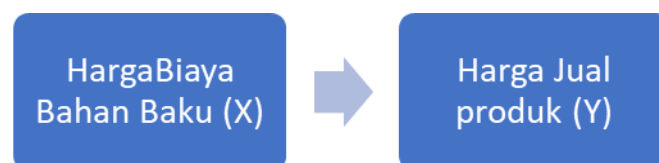
tersebut, maka penelitian ini akan membahas mengenai berapa harga jual produk yang harus di release PT Aerofood Indonesia untuk menghindari kerugian dan dapat mempengaruhi kenaikan harga material pada harga jual produk di PT Aerofood Indonesia. Maka dari itu, penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh harga biaya bahan baku terhadap harga jual produk di PT Aerofood Indonesia”.

PT Aerofood Indonesia merupakan sebuah perusahaan penyediaan layanan *Inflight Catering* bertaraf internasional. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1970 dan sudah memiliki pengalaman lebih dari 40 tahun dalam menyediakan layanan catering penerbangan. PT Aerofood Indonesia yang lebih dikenal dengan Aerofood ACS merupakan pemimpin pasar di sektor layanan untuk makanan penerbangan di Indonesia. Ruang lingkup pada bisnis perusahaan ini yaitu *Inflight Catering Service*, *Industrial Service* dan *Commercial Service*. Dalam upaya menjadi perusahaan yang terdepan di industri, Aerofood ACS mempunyai komitmen penuh kepada peningkatan kualitas hidup dengan penyediaan produk berkualitas serta dukungan pada pengembangan sumber daya manusia yang handal, manajemen terhadap rantai pasok terintegrasi, dan berinovasi proses bisnis dan teknologi.

Pada tujuan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui dan menganalisis terhadap pengaruh biaya bahan baku pada penentuan harga jual produk di PT. Aerofood Indonesia. Diluar itu, penelitian ini mempunyai tujuan dalam mengukur seberapa besar kontribusi biaya bahan baku dalam menentukan harga jual produk serta memberikan dasar empiris bagi pengambilan keputusan manajerial dalam pengelolaan biaya dan strategi penetapan harga agar perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing. Penelitian ini diperlukan karena beberapa alasan mendasar yaitu apakah pengaruh biaya produksi dengan harga jual produk, perhitungan biaya produksi yang akurat, pengendalian biaya bahan baku dan juga penentuan harga jual yang optimal.

Metode

Penelitian ini memilih lokasi penelitian yang berlokasi di PT Aerofood Indonesia cabang Surabaya Jl Raya Juanda Waru, Wedi, Sidoarjo 61257. Penelitian ini berlangsung pada tahun 2025. Metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi linier sederhana (Ramdhan, 2021). Tujuannya adalah untuk menguji dan menganalisis hubungan serta pengaruh antara variabel bebas, yaitu *Total Cost* (biaya total), terhadap variabel terikat, yaitu *Price* (harga jual) produk di PT Aerofood Indonesia. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari catatan internal perusahaan, terdiri dari 20 observasi nilai *Total Cost* dan *Price* yang telah dikumpulkan secara sistematis. Penggunaan data sekunder ini memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis secara efisien dan objektif berdasarkan data historis yang valid. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), yang memudahkan dalam mengolah data dan melakukan pengujian statistik secara akurat. Teknik analisis yang diterapkan adalah regresi linier sederhana, yang berfungsi untuk mengukur seberapa besarnya pengaruh *Total Cost* terhadap *Price* dan juga menentukan apakah hubungan tersebut signifikan secara statistik. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat memberikan penjelasan yang jelas mengenai seberapa besar perubahan pada biaya total akan berdampak pada perubahan harga jual produk, sehingga hasil yang didapat bisa digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan manajerial dalam penetapan harga dan pengelolaan biaya di perusahaan.



Gambar 1. Bagan Paradigma Penelitian

Menurut judul penelitian dan konsep paradigma diatas, menunjukkan hubungan sebab- akibat, di mana harga/biaya bahan baku (X) menjadi faktor yang memengaruhi harga jual produk (Y). Dengan begitu, apabila harga bahan baku naik, maka harga jual produk cenderung ikut naik, dan sebaliknya. Maka, hipotesis pada penelitian ini sebagai yaitu :

- Jika harga/biaya bahan baku meningkat, harga jual produk ikut meningkat.
- Jika harga/biaya bahan baku menurun, harga jual pada produk ikut menurun.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Pada penelitian ini memberikan penjelasan apabila harga bahan baku mempunyai pengaruh terhadap harga jual produk di PT. Aerofood Indonesia

Tabel 1. data harga bahan baku dan harga jual produk

No	Total Cost	Price
1	12.973	13.622
2	10.258	10.772
3	14.860	16.602
4	10.801	11.340
5	10.436	10.957
6	17.976	23.554
7	22.433	18.875
8	12.184	12.794
9	13.476	14.149
10	11.704	12.289
11	9.445	9.928
12	11.279	11.843
13	10.788	11.327
14	13.492	14.167
15	17.485	18.360
16	9.697	10.182
17	10.320	10.837
18	14.212	14.922
19	11.760	12.349
20	21.742	22.829

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier

Prdf	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.324984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198

14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73691	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.69404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68638	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Coefficients^a

Dependent variable: Price

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1018,835	1282,065	0,795	0,437
	Total Cost	0,974	0,092	10,535	<0,001

Menurut output pada SPSS diatas, jadi dapat dijelaskan rumus model persamaan terhadap regresinya yaitu : $Y = 1018,835 (\alpha) + 0,974 (X) + e$

Dimana :

- Y = Harga jual (price)
- X = Total cost (biaya bahan baku)
- 1018,835 = konstanta (harga jual saat biaya bahan baku nol)
- 0,974 = koefisien regresi yang menunjukkan di setiap kenaikan 1 satuan biaya bahan baku, harga jual naik sebesar 0,974 satuan

Koefisien positif ini menegaskan hubungan positif antara biaya bahan baku dan harga jual produk.

Pengujian hipotesisnya :

- Nilai signifikansi $0,001 < 0,05$

Menandakan bahwa pengaruh Total Cost terhadap Price signifikan secara statistik.

- Nilai t -hitung $> t$ -tabel ($10,535 > 1,734$)

Menunjukkan bahwa koefisien regresi Total Cost secara signifikan berbeda dari nol.

Tabel 4. Koefisien Determinasi Model Summary

Predictors : (Constanst), Total cost

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,928 ^a	,860	,853	1531,186

Pada tabel tersebut, nilai R square 0,860 Menunjukkan bahwa 86% variasi harga jual produk dapat dijelaskan oleh variasi biaya total. Pada sisanya sebesar 14% dipengaruhi dengan faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model, seperti biaya operasional lain, strategi pemasaran, kondisi pasar, dan faktor eksternal lainnya. Konstanta tinggi (1018,835) menunjukkan adanya komponen harga jual yang tetap, tidak bergantung pada biaya bahan baku. Koefisien regresi mendekati 1 (0,974) mengindikasikan bahwa harga jual hampir sebanding dengan biaya bahan baku, menandakan penetapan harga yang sangat dipengaruhi oleh biaya produksi. R² tinggi (86%) menandakan model regresi ini sangat baik dalam menjelaskan hubungan biaya bahan baku dan harga jual.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dijelaskan bahwa koefisien regresi yang mendekati 1 (0,974) dan nilai *R Square* yang tinggi (0,860) menunjukkan hubungan kuat di antara biaya total dan harga jual. Hal ini mengindikasikan bahwa biaya total merupakan faktor utama yang menentukan harga jual produk di PT Aerofood Indonesia. Manajemen perusahaan dapat menggunakan hasil ini untuk mengatur harga jual produk berdasarkan biaya produksi agar tetap mencapai margin keuntungan yang diinginkan. Melalui memahami hubungan ini, perusahaan dapat mengantisipasi perubahan harga jual saat terjadi perubahan biaya bahan baku atau biaya produksi lainnya. Meskipun biaya total mempengaruhi harga jual secara signifikan, terdapat 14% variasi harga jual yang dipengaruhi oleh faktor lain. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan variabel lain seperti kondisi pasar, persaingan, dan kebijakan harga untuk pengambilan keputusan yang lebih komprehensif.

Kesimpulan

Hasil penelitian dan juga analisis data yang sudah dilakukan pada PT Aerofood Indonesia dapat disimpulkan bahwa pengaruh total *cost* terhadap *price* jelas ada pengaruh positif dan signifikan biaya total atau Total *Cost* terhadap *price* atau harga jual produk. Ini berdasarkan koefisien regresi sebesar 0,974 dengan nilai signifikansi < 0,05 yang berarti bahwa setiap *increment* satu satuan biaya total dapat meningkatkan *price* menjadi 0,974 satuan. Kemudian kekuatan hubungan koefisien determinasi atau *R Square* masing-masing sebesar 0,860 artinya 86% variasi harga jual maupun produk ini adalah biaya total. Ini menandakan kuatnya hubungan biaya total dan harga jual produk di PT. Aerofood Indonesia. Faktor lain yang biaya mempengaruhi harga jual dan biaya bahan baku serta manajemen sisanya, sebesar 14% variasi harga jual terikat oleh faktor manufaktur lain eksternal biaya total atau biaya bahan baku dan pengelolaannya seperti mempengaruhi harga jual produk. Peran biaya bahan baku merupakan bagian utama dalam biaya total sangat berperan dalam menentukan harga jual produk. Pengelolaan bahan baku yang dianggap efisien dan pengendalian biaya sangat penting untuk menjaga kestabilan harga jual dan margin keuntungan perusahaan.

Sedangkan saran yang dapat diberikan untuk PT Aerofood Indonesia adalah pengoptimalisasi pengolahan biaya bahan baku dengan cara perusahaan perlu terus meningkatkan efisiensi pengelolaan bahan baku melalui metode pengendalian persediaan yang efektif, seperti metode ABC, agar dapat menekan biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas produk. Penerapan pada sistem pengendalian biaya yang terintegrasi dapat membantu perusahaan memantau dan mengendalikan biaya secara real- time sehingga dapat merespons fluktuasi harga bahan baku dengan cepat. Selain biaya total, perusahaan perlu mempertimbangkan pada faktor lain yang dapat mempengaruhi harga jual, yaitu kondisi pasar, persaingan, dan preferensi pelanggan, agar strategi penetapan harga lebih adaptif dan kompetitif. Pengembangan

strategi penetapan harga dinamis fleksibel dan responsif terhadap perubahan biaya dan pasar dapat membantu perusahaan menjaga profitabilitas sekaligus mempertahankan daya saing. Memberikan pelatihan kepada tim manajemen dan staf terkait pengelolaan biaya dan analisis data dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengambil keputusan berbasis data yang akurat dan tepat waktu.

Konflik Kepentingan

Tidak ada potensi konflik kepentingan yang relevan dengan artikel ini.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Devi Maya Sofa selaku dosen pembimbing atas bimbingan, saran dan arahan dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Adiguna, S. *et al.* (2024) 'Analisa Dampak Metode Full Costing Terhadap Harga Pokok Produksi: Literature Review Dipublikasikan di Sinta Tahun 2019-2023', *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(4), pp. 321–333.
- Amaliah, T.H. and Sugianto, S. (2018) 'Konsep Harga Jual Betawian dalam Bingkai Si Pitung', *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(1). Available at: <https://doi.org/10.18202/jamal.2018.04.9002>.
- Amelya, D., Sutrisna, A. and Rahwana, K.A. (2021) 'Analisis Biaya Produksi Berdasarkan Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung', *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 3(1), pp. 11–17. Available at: <https://doi.org/10.36423/jumper.v3i1.827>.
- Anwar, C. and Widayati, A. (2023) 'Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi untuk Menentukan Harga Jual CV. Vio Indonesia dalam Meningkatkan Profitabilitas Usaha', *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(1), pp. 1409–1418.
- Dewi, S.P. and Angela, J. (2021) 'Pentingnya Mengetahui Perbedaan Harga Pokok Penjualan Perusahaan Dagang dan Manufaktur', in *Prosiding SENAPENMAS*, p. 25. Available at: <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.13423>.
- Dunia, F., Abdullah, W. and Sasongko, C. (2019) 'Akuntansi Biaya', in A. Suslia (ed.) *Penerbit Salemba Empat*. edisi 5. Jakarta: Penerbit Salemba Empat, pp. 8–9. Available at: <https://api.penerbitsalemba.com/book/books/01-0439/contents/4172b307-3005-4765-a883-d78648a829ae.pdf>.
- Putri, Y.A. and Sofa, D.M. (2025) 'Penentuan Harga Produk dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan', *Praktek Kerja Lapang Akuntansi*, 1(2), pp. 88–96. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.55732/mhn10981>.
- Ramdhan, M. (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by A.A. Effendy. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Wicaksono, G. *et al.* (2023) *Akuntansi Perusahaan Manufaktur*. Available at: https://play.google.com/books/reader?id=c3atEAAAQBAJ%0Ahttps://books.google.co.id/books?id=c3atEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&pg=PA56&dq=biaya-biaya+persediaan&hl=id&redir_esc=y#v=onepage&q=biaya-biaya+persediaan&f=false.