

# **KEBIJAKAN PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK MINUMAN PADA OUTLET PHI PHI ISLAND**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Di era digitalisasi sekarang ini, sangatlah mudah bagi siapa saja untuk mengakses informasi melalui internet. Persaingan semakin ketat, dan jangkauan pemasaran juga semakin luas. Konsumen lebih mudah mengakses informasi dan perbandingan produk dan harga yang ditawarkan oleh produsen atau penjual. Agar perusahaan dan setiap unit usaha dituntut selalu update dan mengikuti perkembangan jaman, agar mampu hidup dan bertumbuh.

Harga, menjadi faktor yang sangat penting dalam persaingan usaha. Harga jual dipengaruhi biaya biaya baik biaya Tetap (fixed cost) dan Biaya tidak tetap (variable cost) dan target profit yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisa Penentuan Perhitungan Harga Jual Produk Minuman Pada Outlet Phi Phi Island**”.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Sudah sesuaikah penentuan harga jual produk pada Outlet Phi Phi Island dengan Standard Akuntansi Keuangan Indonesia?

### **C. Tujuan Dan Manfaat Penulisan**

1. **Tujuan** Mengetahui cara penentuan harga jual Outlet Phi Phi Island berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan yang sekarang.
2. **Manfaat** Untuk menambah wawasan penulis tentang penetapan harga dan diharapkan dapat menjadi informasi yang dapat digunakan untuk kebaikan perusahaan yang diteliti dan perusahaan lain yang sejenis dan untuk memenuhi salah satu persyaratan Tridarma Perguruan Tinggi.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Biaya**

##### **1. Pengertian Biaya**

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tertentu (Mulyadi, 1990 : 11-44).

(R.A. Supriyono,1983:16) Biaya adalah harga yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan yang akan dipakai sebagai pengurangan penghasilan.

Dalam praktik istilah biaya (*cost*) digunakan dalam dua arti (*ambiguous*), yaitu dalam konteks harga perolehan atau harga pokok dan dalam konteks pengertian beban (*expenses*)(Mulyadi, 1990:19). Konsep *cost* dan biaya adalah sebagai berikut :

a. Harga Perolehan (*Cost*)

Jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang, dalam bentuk kas yang dibayarkan, atau nilai aktiva lain yang diserahkan atau dikorbankan, atau hutang yang timbul, atau tambahan modal dalam rangka pemilikan barang atau jasa yang diperlukan perusahaan baik pada masa lalu maupun pada masa yang akan datang.

b. Biaya (*Expense*)

Harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan dan dipakai sebagai pengurangan penghasilan.

## 2. Pengertian Biaya Bahan Baku

Pengertian Biaya Bahan Baku menurut Mardiasmo (2007:45) adalah “Nilai uang bahan baku yang digunakan dalam proses produksi dinamakan dengan Biaya Bahan Baku”. Pengertian Biaya Bahan Baku menurut Horngren, dkk (2008:43) adalah “Biaya perolehan semua bahan yang pada akhirnya akan menjadi bagian dari objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dan yang dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara yang ekonomis”.Selanjutnya menurut Carter dan Usry (2009:40) juga menyebutkan bahwa Bahan langsung (*Direct Material*) adalah: “Semua

bahan yang membentuk bagian integral dari barang jadi dan yang dapat dimasukkan dalam kalkulasi biaya produk..

### 3. Biaya Tenaga Kerja

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membayar para pekerja dan pegawai yang bekerja pada suatu perusahaan. Biaya tenaga kerja adalah untuk pembayaran yang dinamakan “upah”. Hal ini penting untuk membedakan dengan istilah “gaji”. Gaji merupakan pembayaran kepada tenaga kerja atau karyawan yang didasarkan pada rentang waktu seperti gaji mingguan, bulanan dan lain sebagainya. Upah dibebankan melalui rekening biaya tenaga kerja langsung, sedangkan gaji dibebankan melalui rekening biaya overhead pabrik.

#### a. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Menurut Firdaus dan Wasilah (2012:226) “Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang dapat diidentifikasi dengan suatu operasi atau proses tertentu yang diperlukan untuk menyelesaikan produk-produk dari perusahaan”. Biaya tenaga kerja langsung menurut Horngren, dkk (2008:43) adalah “Biaya tenaga kerja manufaktur langsung (*direct manufacturing labour cost*) meliputi kompensasi atas seluruh tenaga kerja manufaktur yang dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dengan cara yang ekonomis”.

b. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja yang secara tidak langsung terlibat dalam proses

produksi dari suatu produk, biaya-biaya ini tidak mungkin untuk dibebankan secara langsung objek biaya tertentu. Biaya ini tidak praktis untuk dibebankan secara langsung kepada jumlah unit produksi tertentu.

#### **4. Biaya *Overhead***

Pengertian biaya *overhead* pabrik menurut Halim (2005:90) “Biaya *Overhead* Pabrik adalah seluruh biaya produksi yang tidak dapat diklasifikasikan sebagai biaya bahan baku langsung atau biaya tenaga kerja langsung.” Pengertian biaya *overhead* pabrik menurut Garrison, dkk (2013:56) “Biaya *Overhead* Pabrik adalah seluruh biaya manufaktur yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung”. Biaya *overhead* pabrik juga disebut sebagai biaya *overhead manufaktur*, biaya manufaktur tidak langsung atau biaya produksi tidak langsung.

### **B. Harga Pokok Produk**

#### **1. Pengertian Harga Pokok Produk**

Garrison dan Norren yang diterjemahkan oleh Budisantoso (2000:61) menyatakan “Harga pokok produksi merupakan biaya manufaktur yang berkaitan dengan barang- barang yang diselesaikan dalam periode tertentu”.

Witjaksono (2006:10) mendefinisikan ”Harga pokok adalah sejumlah nilai aktiva, tetapi apabila selama tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan”.

Horngren et al (2008:46). menyatakan, “Harga pokok produksi menunjukkan biaya barang yang sampai diselesaikan, apakah dimulai sebelum atau selama periode akuntansi berjalan”.

## **2. Metode Pengumpulan Harga Produk**

Dalam menghitung harga pokok produk tergantung dari sifat atau karakteristik dalam mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Ada pengolahan berdasarkan pesanan dan pengolahan secara massa. Pada pengumpulan harga pokok produk pesanan dan metode harga pokok proses.

### **a. Metode Harga Pokok Pesanan**

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah identitasnya. Metode ini biaya digunakan untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa secara pesanan. Contoh perusahaan yang menghasilkan jasa atas dasar pesanan adalah perusahaan percetakan, kontraktor, bangunan dan sebagainya.

### **b. Metode Harga Pokok Proses**

Metode harga pokok proses adalah pengumpulan biaya produksi atau pusat pertanggungjawaban biaya atau yang umumnya ditetapkan pada perusahaan yang menghasilkan produk secara masal. Contoh perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa atas dasar proses

adalah pabrik semen, pabrik kertas, pabrik pupuk, tekstil dan sebagainya.

### 3. Metode Penentuan Harga Pokok Produk

Metode penentuan harga pokok produk adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksinya menurut Mulyadi (1984: 29). Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksinya terdapat dua pendekatan yaitu metode full costing (metode penentuan harga pokok penuh) dan metode variable costing (metode penentuan harga pokok variabel).

a. *Metode full costing* (metode penentuan harga pokok penuh)

*Metode full costing* merupakan penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang berperilaku variabel maupun tetap.

b. Metode *variable costing* (metode penentuan harga pokok variabel).

Metode *variable costing* adalah metode penentuan harga pokok produk yang hanya membebankan biaya-biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk.

Didalam metode *variabel costing* biaya *overhead* pabrik tetap diperlukan sebagai period cost bukan sebagai harga pokok produk, biaya *overhead* pabrik tetap terjadi. Dengan demikian didalam metode *variable costing* biaya overhead pabrik tetap tidak melekat pada proses produk yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya.

## C. Harga Jual

### 1. Pengertian Harga Jual

Definisi harga menurut Basu Swastha (1984:147) adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Penentuan harga jual berhubungan dengan : (1) Kebijakan penentuan harga jual (*pricing policies*), (2) Keputusan penentuan harga jual (*pricing decision*).

Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek yang dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi. Manajer pembuat keputusan harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya dan kualitas produk atau jasa dalam pengambilan keputusan harga jual. Biaya merupakan salah satu faktor yang diketahui dengan pasti oleh manajer dan memberikan informasi batas bawah suatu harga jual.

Penentuan harga jual produk atau jasa selain mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli juga akan dapat berpengaruh pada pendapatan perusahaan.

### 2. Metode penentuan harga jual



Prinsip dasar penentuan harga jual produk adalah bahwa harga jual harus cukup untuk menutup semua biaya dan menghasilkan laba dalam jangka panjang sehingga dapat memberikan deviden yang wajar bagi para pemegang saham serta mempertahankan dan mengembangkan perusahaan. Semua biaya yang harus ditutup tersebut meliputi biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya administrasi dan umum, baik yang bersifat tetap maupun yang bersifat variabel.

Banyak yang menganggap penentuan harga (*pricing*) sebagai kunci kegiatan dari sistem perdagangan bebas kapitalis. Harga sebuah produk mempunyai pengaruh upah, sewa, bunga dan laba. Artinya, harga sebuah produk mempengaruhi biaya faktor-faktor produksi, tenaga kerja, tanah modal dan kewiraswastaan. Jadi harga adalah alat ukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor produksi.

Penentuan harga jual yang tepat adalah tuntutan bagi manajemen, yaitu dengan menutup semua pengorbanan yang telah dilakukan dan memperoleh laba yang diharapkan karena permintaan konsumen atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, karena akan menghadapi banyak ketidakpastian, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing.

Metode penentuan harga jual terdiri dari :

a. Penetapan Harga Biaya Plus (*Cost Plus Pricing Method*)

Metode ini menentukan harga jual per unit produk anda dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu

untuk menutup laba yang dikehendaki pada unit tersebut, atau disebut marjin.

b. Penetapan Harga Mark Up (*Mark Up Pricing Method*)

Penetapan harga mark-up ini merupakan jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya dalam persentase tertentu dari suatu produk yang menghasilkan harga jual.

**3. Tujuan penetapan harga jual**

- a. Mendapatkan laba maksimal
- b. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditanamkan
- c. Mencegah atau mengurangi persaingan
- d. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

**4. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga**

- a. Keadaan ekonomi .Misalnya : Inflasi dan defalasi.
- b. Permintaan dan Penawaran
- c. elastisitas permintaan

Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan berbanding terbalik, artinya kepekaan perubahan permintaan terhadap perubahan harga, jika ada kenaikan harga maka volume penjualan akan menurun sedangkan bila harga turun volume penjualan akan meningkat

- d. Persaingan
  - 1) Persaingan murni

Dimana dalam sebuah pasar jumlah penjual dan pembeli sama banyaknya.

2) Persaingan tidak sempurna

Dimana dalam sebuah pasar barang dengan merk tertentu mengalami kesulitan dalam pemasarannya karena harganya lebih tinggi dari barang sejenis merk lain.

3) Oligopoli

Dimana dalam sebuah pasar dikuasai oleh beberapa pembeli barang sangat dipengaruhi oleh faktor : permintaan barang, harga barang substitusi/pengganti dan peraturan pemerintah.

4) Monopoli

Dimana dalam sebuah pasar hanya terdapat satu penjual yang mengalami permintaan barang dan jasa. Kondisi demikian membuat perusahaan sangat dominan dan dapat mempengaruhi harga pasar.

e. Biaya

f. Tujuan perusahaan

Mendapatkan laba maksimum, mencapai volume penjualan tertinggi, dapat menguasai pasar, dan mengembalikan modal yang ditanam.

g. Pengawasan pemerintah

Banyak faktor yang saling berinteraksi dan berpengaruh terhadap harga jual sehingga perlu dipertimbangkan di dalam penentuan harga jual.

## D. Cara Perhitungan

### 1. Taksiran Biaya Penuh

#### a. Metode Full Costing

Biaya Bahan Baku	Rp xxxxxxxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp xxxxxxxx	
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp xxxxxxxx	
Biaya <i>Overhead</i> (Variabel + Tetap)	<u>Rp xxxxxxxx</u>	
Biaya Produksi		Rp xxxxxxxx
Biaya Administrasi dan Umum	Rp xxxxxxxx	
Biaya Pemasaran	<u>Rp xxxxxxxx</u>	
Taksiran Total Biaya Komersial		<u>Rp xxxxxxxx</u>
Taksiran Biaya Penuh		Rp xxxxxxxx

#### b. Metode Variabel Costing

Biaya Variabel	Rp xxxxxxxx	
Biaya Bahan Baku	Rp xxxxxxxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp xxxxxxxx	
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	<u>Rp xxxxxxxx</u>	
Taksiran Total Biaya Produksi Variabel		Rp xxxxxxxx
Biaya Administrasi dan Umum Variabel	Rp xxxxxxxx	
Biaya Pemasaran Variabel	<u>Rp xxxxxxxx</u>	

Taksiran Total Biaya Variabel	Rp xxxxxxxx
Biaya Tetap	
Biaya <i>Overhead</i> Tetap	Rp xxxxxxxx
Biaya Administrasi dan Umum Tetap	Rp xxxxxxxx
Biaya Pemasaran Tetap	Rp xxxxxxxx
Taksiran Total Biaya Tetap	<u>Rp xxxxxxxx</u>
Taksiran Biaya Penuh	Rp xxxxxxxx

## 2. Menentukan Harga Jual

### a. Penetapan Harga Biaya Plus (*Cost Plus Pricing Method*)

Harga jual = Taksiran Biaya Penuh + Laba yang Diharapkan

Taksiran Biaya Penuh = Jumlah seluruh biaya perunit

### b. Penetapan Harga Mark-Up (*Mark Up Pricing Method*)

Harga jual = Biaya yang berhubungan langsung dengan

volume produk (per unit) + Persentase mark-up

$$\text{Presentase mark up} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya non produksi}}{\text{biaya produksi}}$$

Laba yang diharapkan = ROI x Aktiva yg ditanamkan

Aktiva yang ditanamkan adalah aktiva langsung yang bersangkutan dengan objek informasi ditambah dengan bagian yang adil aktiva tidak langsung menjadi tanggung jawab objek informasi tersebut (Mulyadi

1993:5

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat Dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Dalam penelitian sistem pengendalian intern persediaan penulis melakukan penelitian di Jalan Akses UI kelapa dua, kelurahan tugu, kecamatan cimanggis, Kota Depok Jawa Barat.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian dalam rangka untuk pengumpulan data dalam penulisan tugas akhir ini dilakukan selama bulan Maret – Desember 2020.

#### **B. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Penelitian Kepustakaan (*Library research*)**

##### **2. Penelitian Lapangan**

###### **a. Wawancara**

Dengan mengadakan wawancara langsung kepada manajer dan karyawan rumah makan yang berhubungan dengan persediaan pada Outlet Phi-Phi Island selama ini.

###### **b. Daftar Pertanyaan (questioner)**

Penulis membagikan daftar pertanyaan kepada manajer atau karyawan rumah makan dengan berbagai pertanyaan yang berhubungan dengan persediaan pada Outlet Phi-Phi Island.

#### **C. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Penelitian kuantitatif, menurut Robert Donmoyer (dalam Given, 2008: 713), adalah pendekatan-pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisa, dan menampilkan data dalam bentuk numerik daripada naratif.

Menurut Cooper & Schindler (2006: 229), riset kuantitatif mencoba melakukan pengukuran yang akurat terhadap sesuatu.

Metode observasi yaitu suatu metode yang digunakan oleh peneliti dengan cara pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilaksanakan perusahaan (Sunyoto,2011:23). Pengamatan dilakukan secara langsung untuk mengetahui bagaimana perusahaan melakukan pengendalian persediaan baik bersifat fisik maupun administrasi. Pengamatan fisik dilakukan dengan cara mengamati proses sistem pengendalian intern persediaan barang dagangan secara langsung di perusahaan yaitu proses pemesanan pembelian, proses penerimaan pesanan pembelian, proses pengeluaran persediaan barang dagangan dari gudang, dan proses keluarnya persediaan barang dagangan dari toko. Pengamatan administrasi dilakukan dengan cara mengamati alur dokumen yang terkait dengan persediaan barang dagangan seperti dokumen pesanan pembelian, dokumen penerimaan pesanan, dokumen penjualan, dan faktur penagihan. Pengamatan dilakukan secara langsung oleh peneliti sendiri.

#### **1. Dokumentasi**

Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan yang terkait dengan penelitian tentang sistem pengendalian intern persediaan barang dagangan yaitu data rincian tentang sistem atau prosedur pembelian dan penjualan yang didapatkan melalui proses wawancara, data tentang pencatatan persediaan, bukti-bukti transaksi terkait dengan persediaan seperti nota retur penjualan, data stok, dan dokumen rician persediaan masuk dan keluar seperti dokumen pesanan pembelian, dokumen penerimaan pesanan, dokumen penjualan dan faktur penagihan.

### III

## METODOLOGI PENELITIAN

#### D. Tempat Dan Waktu Penelitian

##### 3. Tempat Penelitian

Dalam penelitian sistem pengendalian intern persediaan penulis melakukan penelitian di Jalan Akses UI kelapa dua, kelurahan tugu, kecamatan cimanggis, Kota Depok Jawa Barat.

##### 4. Waktu Penelitian

Penelitian dalam rangka untuk pengumpulan data dalam penulisan tugas akhir ini dilakukan selama bulan Maret – Desember 2020.

#### E. Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis mengumpulkan data serta keterangan yang diperlukan guna melengkapi materi tugas akhir, penulis menggunakan beberapa metode penelitian didalam pengumpulan data sebagai berikut:

##### 3. Penelitian Kepustakaan (*Library research*)

Penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder dengan membaca buku-buku, literatur, dan sumber-sumber data yang lainnya yang bertujuan dengan tujuan tugas akhir.

##### 4. Penelitian Lapangan

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data primer dan data sekunder dengan mendatangi obyek penelitian, melalui kegiatan antara lain:

###### c. Wawancara

Dengan mengadakan wawancara langsung kepada manajer dan karyawan rumah makan yang berhubungan dengan persediaan pada Outlet Phi-Phi Island selama ini.

###### d. Daftar Pertanyaan



Penulis membagikan daftar pertanyaan kepada manajer atau karyawan rumah makan dengan berbagai pertanyaan yang berhubungan dengan persediaan pada Outlet Phi-Phi Island.

## **F. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Penelitian kuantitatif, menurut Robert Donmoyer (dalam Given, 2008: 713), adalah pendekatan-pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisa, dan menampilkan data dalam bentuk numerik daripada naratif.

Menurut Cooper & Schindler (2006: 229), riset kuantitatif mencoba melakukan pengukuran yang akurat terhadap sesuatu. Penelitian kuantitatif sering dipandang sebagai antitesis atau lawan dari penelitian kualitatif, walau sebenarnya perbedaan kualitatif-kuantitatif tersebut agak menyesatkan. Donmoyer beralasan, banyak peneliti kuantitatif tertarik mempelajari aspek-aspek kualitatif dari fenomena. Mereka melakukan kuantifikasi gradasi kualitas menjadi skala-skala numerik yang memungkinkan analisis statistik.

## **2. Observasi**

Metode observasi yaitu suatu metode yang digunakan oleh peneliti dengan cara pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilaksanakan perusahaan (Sunyoto,2011:23). Pengamatan dilakukan secara langsung untuk mengetahui bagaimana perusahaan melakukan pengendalian persediaan baik bersifat fisik maupun administrasi. Pengamatan fisik dilakukan dengan cara mengamati proses sistem pengendalian intern persediaan barang dagangan secara langsung di perusahaan yaitu proses pemesanan pembelian, proses penerimaan pesanan pembelian, proses pengeluaran persediaan barang dagangan dari gudang, dan proses keluarnya persediaan barang dagangan dari toko. Pengamatan administrasi dilakukan dengan cara mengamati alur dokumen yang terkait dengan persediaan barang dagangan seperti dokumen pesanan pembelian, dokumen penerimaan pesanan, dokumen penjualan, dan faktur penagihan. Pengamatan dilakukan secara langsung oleh peneliti sendiri.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan yang terkait dengan penelitian tentang sistem pengendalian intern persediaan barang dagangan yaitu data rincian tentang sistem atau prosedur pembelian dan penjualan yang didapatkan melalui proses wawancara, data tentang pencatatan persediaan, bukti-bukti transaksi terkait dengan persediaan seperti nota retur penjualan, data stok, dan dokumen rician persediaan masuk dan keluar seperti dokumen pesanan pembelian, dokumen penerimaan pesanan, dokumen penjualan dan faktur penagihan.