

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JASA MAKE UP ARTIST (MUA)
MENGUNAKAN METODE COST PLUS PRICING DAN
METODE GOING RATE PRICING (STUDI KASUS
PADA ERIKA WEDDING GALLERY METRO)**

Rina Anggraeni

Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muhammadiyah Metro

Kota Metro, Lampung, Indonesia

Email : rinaanggraeni2001@gmail.com

ABSTRAK

Kondisi pasar saat ini mengharuskan para *Make Up Artist* (MUA) membuat paket *make up* dengan harga yang terjangkau untuk setiap kalangan tetapi dengan hasil yang memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis harga jasa *Make Up Artist* (MUA) di Erika *Wedding Gallery* dengan menggunakan dua metode yaitu metode *Cost plus pricing* dan metode *Going Rate Pricing*. Metode *Cost plus pricing* melibatkan penambahan mark up pada total biaya produksi untuk menentukan harga jual, sedangkan metode *Going Rate Pricing* menetapkan harga berdasarkan tarif yang berlaku dipasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus untuk memahami bagaimana masing-masing metode dapat diterapkan dan dampaknya terhadap penetapan harga jasa *Make Up Artist* (MUA). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan staf Erika *Wedding Gallery* serta analisis laporan keuangan dan biaya operasionalnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *cost plus pricing* memberikan struktur harga yang lebih stabil dan terprediksi, sementara metode *going rate pricing* lebih responsif terhadap dinamika pasar dan persaingan. Kombinasi kedua metode ini dapat memberikan fleksibilitas dalam penetapan harga dan memungkinkan penyesuaian yang lebih baik terhadap kondisi pasar. Temuan ini diharapkan dapat membantu Erika *Wedding Gallery* dalam mengoptimalkan strategi penetapan harga mereka, serta memberikan wawasan yang bagi MUA lain dalam menentukan harga jasa yang kompetitif dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Penetapan Harga, Make Up Artist (MUA), *Cost plus pricing*, *Going Rate Pricing*, Erika *Wedding Gallery*.

ANALYSIS OF MAKE-UP ARTIST (MUA) SERVICE PRICING USING COST PLUS PRICING METHOD AND GOING RATE PRICING METHOD (CASE STUDY AT ERIKA WEDDING GALLERY METRO)

Rina Anggraeni

**Accounting study program, faculty of economics and business,
muhammadiyah university of metro**

Email : rinaanggraeni2001@gmail.com

ABSTRACT

Current market conditions require Make Up Artist (MUA) to create make up packages at affordable price for all groups but with satisfying results. This research aims to analyze the pricing of Make Up Artist (MUA) service at Erika Wedding Gallery Metro using two pricing methods, namely Cost plus pricing and Going Rate Pricing. the Cost Plus Priicng method involves adding a markup to the total production costs to determine the selling price, while the Going Rate Pricing method sets prices based on the rates prevailing in the market. The research uses a case study approach to understand how each method can be applied and its impact on pricing MUA services. Data was collected through in-depth interviews with the owner and staff of Erika Wedding Gallery as well as analysis of financial report and operational cost. The research results show that the Cost plus pricing method provides a more stable and predictable price structure, while the Going Rate Pricing method is more responsive to market dynamics and competition. The combination of these two methods can provide flexibility in pricing and allow better adjustments to market conditions. It is hoped that these findings will help Erika Wedding Gallery in optimizing their pricing strategy, as well provide insight for the other MUAs in determining competitive and sustainable service prices.

Keywords : Pricing, Make Up ARTIST, Cost plus pricing, Going Rate Pricing, Erika Wedding Gallery