

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai perhitungan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual menggunakan metode *Full Costing* pada produk Ayam Iris *Crispy* Ragajaya, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Harga jual produk Ayam Iris *Crispy* Ragajaya saat ini sebagian besar masih lebih rendah dibandingkan hasil perhitungan menggunakan metode *Full Costing* dengan markup 30% maupun 35%, serta harga pasar. Contohnya, menu ayam dengan bumbu tabur dijual Rp. 15.000, sementara harga perhitungan dengan markup 35% berkisar Rp. 17.874 – Rp. 18.157 dan harga pasar Rp. 18.000. Hal ini menunjukkan bahwa harga jual berjalan belum sepenuhnya mencerminkan biaya produksi aktual dan margin keuntungan optimal, sehingga perusahaan berpotensi kehilangan peluang peningkatan laba apabila harga tidak disesuaikan.
2. Penetapan harga jual dengan markup 35% merupakan pilihan yang paling optimal dibandingkan dengan markup 30% atau langsung menggunakan harga pasar. Dengan markup 35%, harga jual yang dihasilkan hampir sama dengan harga pasar pada sebagian besar menu, namun tetap memberikan margin keuntungan yang lebih besar. Penetapan harga dengan metode *Full Costing* menghasilkan laba berjalan yang bervariasi per menu, dengan rata-rata markup sebesar 15,76%. Walaupun seluruh produk memberikan keuntungan, margin yang dihasilkan relatif lebih rendah dibandingkan jika menggunakan harga pasar.
3. Harga pasar tidak dijadikan acuan karena tidak selalu sesuai dengan biaya produksi aktual, sehingga berpotensi mengurangi laba atau bahkan menimbulkan kerugian. Selain itu, mengikuti harga pasar sepenuhnya dapat memicu perang harga dan membuat perusahaan kehilangan kendali atas strategi penetapan harga.
4. Penggunaan markup 35% memberikan keunggulan strategis seperti harga yang kompetitif, keuntungan yang terjaga, perhitungan yang sesuai harga pokok produksi aktual, serta fleksibilitas untuk memberikan diskon atau menjalankan promosi tanpa mengurangi profitabilitas secara signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Ayam Iris *Crispy* menerapkan markup 35% secara konsisten pada seluruh menu, dan memastikan perhitungan harga pokok produksi selalu diperbarui agar harga yang ditetapkan sesuai dengan kondisi biaya produksi.
2. Melakukan evaluasi harga secara berkala (setidaknya setiap 6–12 bulan) untuk menyesuaikan dengan perubahan biaya bahan baku, tren harga pasar, dan daya beli konsumen.
3. Memanfaatkan margin keuntungan yang cukup dari markup 35% untuk menjalankan strategi promosi seperti diskon musiman, paket hemat, atau program loyalitas pelanggan.
4. Mengoptimalkan efisiensi produksi agar harga pokok produksi tetap terkendali meskipun terjadi kenaikan harga bahan baku, sehingga harga jual tetap kompetitif.
5. Melakukan riset pasar secara berkelanjutan untuk memantau harga kompetitor, tren permintaan, dan preferensi konsumen guna menjaga relevansi strategi harga yang diterapkan.
6. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan membandingkan metode penetapan harga lainnya (seperti *Variable Costing*, *Activity-Based Costing*, atau metode harga berbasis nilai) serta menambahkan variabel seperti analisis kepuasan pelanggan, daya beli konsumen, dan strategi promosi untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.