

## **PENERAPAN METODE MARK UP PRICING BERBASIS FULL COSTING DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL PRODUK**

**Ashar Basyir <sup>1</sup>, Erny Pratiwi <sup>2</sup>, Dyah Palupi <sup>3</sup>, Dini Dwi Ermawati <sup>4</sup>**

Universitas Gunadarma, Jakarta

\*Coessponding email: [basyirashar@gmail.com](mailto:basyirashar@gmail.com)

### **Abstrak**

Penulisan Ilmiah ini bertujuan untuk menilai besarnya penetapan harga jual menurut perusahaan dan menurut metode *mark-up pricing* dengan perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan pengamatan. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan antara harga jual menurut perusahaan dan menurut metode *mark-up pricing*. Perhitungan menurut perusahaan menghasilkan nilai sebesar Rp 20.384 dibulatkan menjadi Rp 20.000, Sedangkan menurut metode *mark-up pricing* sebesar Rp 23.776,98. Perbedaan ini disebabkan bahwa perusahaan belum menghitung semua biaya yang terlibat dalam proses perhitungan harga produksi.

**Kata Kunci: Harga Jual, Mark-Up Pricing, Full Costing**

### **Abstract**

*This scientific paper aims to evaluate the selling price determined by the company and compare it with the selling price calculated using the mark-up pricing method, based on the full costing method of calculating the cost of production. This study uses primary data, with data collection methods including interviews and observation. The results of this research show a difference between the selling price set by the company and the one calculated using the mark-up pricing method. The company's calculation resulted in a value of Rp 20,384, which was rounded down to Rp 20,000, while the mark-up pricing method yielded a value of Rp 23,776.98. This difference is due to the fact that the company has not accounted for all costs involved in the production cost calculation process.*

**Keywords: Selling Price, Mark-Up Pricing, Full Costing**

## PENDAHULUAN

Penetapan harga jual merupakan salah satu aspek krusial dalam strategi bisnis karena sangat memengaruhi daya saing, tingkat keuntungan, dan kelangsungan usaha. Bagi pelaku usaha, khususnya di sektor manufaktur maupun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), menetapkan harga jual yang tepat memerlukan pemahaman yang akurat mengenai biaya produksi dan *margin* keuntungan yang diharapkan. Salah satu metode yang banyak digunakan dalam praktik adalah metode *mark-up pricing*, yakni penetapan harga jual berdasarkan penambahan margin laba dari total biaya produksi. Dalam penerapannya, metode *mark-up pricing* akan memberikan hasil yang lebih akurat jika digabungkan dengan pendekatan *full costing*, yaitu pendekatan perhitungan biaya yang mencakup seluruh elemen biaya produksi, baik biaya tetap (*fixed cost*) maupun biaya variabel (*variable cost*). Pendekatan ini mampu memberikan gambaran menyeluruh atas total biaya produksi sehingga harga jual yang ditetapkan dapat mencerminkan struktur biaya yang sebenarnya, menghindari *underpricing* atau *overpricing*, serta mendorong tercapainya target laba yang optimal. Seiring meningkatnya persaingan pasar, kemampuan perusahaan atau pelaku usaha dalam menentukan harga jual yang tepat menjadi kunci untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan profitabilitas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana metode *mark-up pricing* berbasis *full costing* mampu membantu manajemen dalam menetapkan harga jual yang rasional dan kompetitif. Studi kasus pada penelitian ini membahas mengenai kebutuhan pangan yang pelaku usahanya merupakan salah satu UMKM. Ketersediaan pangan dalam jumlah dan kualitas yang cukup, diperlukan dalam mencapai ketahanan pangan. Faktor lain yang merupakan faktor penting dalam mencapai ketahanan pangan adalah tersedianya dan terdistribusinya pangan yang terjangkau dari sisi harga dan aman dikonsumsi masyarakat untuk mencukupi kebutuhan energi dalam aktivitas sehari-hari. Pangan dinilai penting karena kenaikan harga pangan dapat menyebabkan penurunan konsumsi kalori dan protein yang besar.

Berdasarkan Undang-Undang (UU) No. 18 Tahun 2012 pangan didefinisikan segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati, produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyimpanan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan dan minuman. Pangan nabati dan hewani mewakili dua kelompok yang berbeda dalam hal komposisi bahan pangan. Pangan hewani terdiri dari enam komoditi, yaitu daging sapi, kerbau, daging ayam, telur, susu, dan ikan. Pangan nabati terdiri dari sepuluh komoditi, yaitu beras, jagung, kedelai, kacang tanah, ubi kayu, ubi jalar, sayuran, buah-buahan, minyak goreng, dan gula putih. Pada tahun 2018, masyarakat lebih banyak mencari beras sebagai makanan nabati, dengan produksi 42.491,43 ton, sementara telur menjadi makanan hewani yang paling dicari dengan produksi 747,00 ton, menurut Badan Pusat Statistik (BPS). Penggunaan makanan sebagai sumber protein hewani yang rendah dalam menu sehari-hari adalah

salah satu masalah besar dalam konsumsi makanan Indonesia, menurut data. Hal ini membuat masyarakat lebih mengandalkan pangan sebagai sumber protein nabati, terutama beras. Kendala utamanya adalah harga pangan sebagai sumber protein hewani yang relatif mahal dibandingkan dengan pangan sebagai sumber protein nabati.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri yang berskala kecil yang dikelola oleh kelompok masyarakat, keluarga, atau perorangan, dan memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi jumlah usaha maupun penciptaan lapangan kerja. Peternakan adalah salah satu subsektor pertanian yang penting, dan melibatkan kegiatan pemeliharaan hewan ternak untuk dibudidayakan dan menghasilkan keuntungan. Subsektor peternakan terbagi menjadi tiga kelompok utama, yaitu ternak besar, seperti sapi, kerbau, dan kuda, serta ternak kecil yang mencakup kambing, domba, dan babi, dan ternak unggas yang melibatkan ayam, itik, dan burung puyuh. Salah satu jenis usaha yang menarik untuk dianalisis dalam subsektor peternakan adalah usaha agribisnis ayam ras pedaging. Ayam pedaging yang juga dikenal sebagai ayam broiler, merupakan komoditas peternakan yang menjanjikan karena pertumbuhannya yang cepat untuk memenuhi kebutuhan pasar, dibandingkan dengan jenis ternak lainnya. Ayam broiler memiliki berbagai keunggulan, seperti pertumbuhan yang sangat cepat dengan bobot badan yang tinggi dalam waktu yang relatif singkat, konversi pakan yang efisien, kemampuan siap dipotong pada usia muda, dan menghasilkan daging berkualitas dengan tekstur yang lembut. Perkembangan yang pesat dari ayam broiler ini juga merupakan upaya penanganan untuk mengimbangi kebutuhan masyarakat terhadap daging ayam (Simanjuntak, 2018).

Penetapan harga jual merupakan langkah yang sangat penting dalam menjalankan usaha karena menjadi dasar dalam memperkirakan keuntungan yang diharapkan. Ketika harga yang ditetapkan terlalu tinggi, pelanggan cenderung mencari penyedia lain yang menawarkan harga lebih terjangkau untuk barang atau jasa yang setara. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan jumlah konsumen secara signifikan dan berdampak negatif pada profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang. Di sisi lain, pemilihan harga jual yang terlalu rendah dapat menyebabkan kerugian bagi usaha karena tidak cukup untuk menutupi seluruh biaya produksi yang terkait (Anisa & Fadli, 2023). Harga pokok produksi memainkan peran kunci dalam menentukan harga jual suatu produk. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk bersaing dengan pesaing lainnya di pasar. Harga pokok produksi memberikan landasan yang kuat dalam menetapkan harga jual yang tepat kepada konsumen, dengan tujuan memberikan keuntungan bagi perusahaan dan memastikan kelangsungan usahanya.

Perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *mark-up pricing* merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk menentukan harga jual produk. *Mark-up pricing* adalah selisih harga jual produk dengan harga pokoknya. Selisih ini biasanya dinyatakan sebagai persentase dari biaya yang dapat diperhitungkan (Samryn, 2012). Terdapat beberapa pendekatan dalam menentukan harga pokok produksi sebagai dasar dalam menentukan harga jual, diantaranya adalah metode *full costing* dan *variable costing*. Metode *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang

memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap, dan *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode *mark-up pricing* untuk menentukan harga jual dan metode *full costing* untuk menentukan harga pokok produksi. Kedua metode ini dipilih karena memiliki perhitungan yang mudah dan sederhana, memungkinkan pelaku usaha untuk mengambil keputusan yang tepat dalam menetapkan harga jual produknya dan mendapatkan laba maksimal.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan harga pokok produksi dalam industri peternakan ayam dengan cara yang tepat dan akurat. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi panduan yang benar bagi peternak ayam dalam membuat keputusan terkait harga jual. Sebagian besar peternak ayam saat ini menetapkan harga jual berdasarkan perhitungan harga pasar, yang tidak selalu mencerminkan dengan akurat harga pokok produksi sesuai dengan kegiatan operasional dan bahan baku produksi. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan hasil yang lebih akurat bagi para peternak ayam dalam menentukan harga jual produknya.

Harga pokok produksi adalah jumlah biaya yang dikorbankan untuk memperoleh barang dan jasa yang siap dijual atau didistribusikan (Mulyadi, 2016b). Bahwa HPP mencakup seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, baik bahan baku, tenaga kerja langsung, maupun overhead pabrik. Sementara itu, HPP mencakup semua biaya produksi hingga barang siap dijual, termasuk biaya langsung dan tidak langsung. dalam Harga pokok produksi merupakan biaya barang jadi yang dibeli untuk diproses hingga selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi. Semua biaya ini termasuk dalam kategori biaya persediaan (Mawardi et al., 2023). Terdapat beberapa manfaat harga pokok produksi secara umum, yaitu: 1) menentukan harga jual produk; 2) memantau realisasi biaya produksi; 3) menghitung laba atau rugi broto periodik; dan 4) Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Elemen biaya produk, Biaya produk dapat dibagi menjadi tiga golongan, antara lain; 1) Biaya Bahan Baku (BBB), merupakan 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. Misalnya pemakaian bahan berupa kulit, benang, paku, lem dan cat pada perusahaan Sepatu; 2) Biaya Tenaga Kerja Langsung, adalah biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung. Istilah tenaga kerja langsung digunakan untuk menunjuk tenaga kerja (karyawan) yang terlibat secara langsung dalam proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Biaya tenaga kerja langsung meliputi kompensasi atas seluruh tenaga kerja manufaktur yang dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dengan cara

yang ekonomis. Misalnya upah yang dibayarkan kepada karyawan bagian pemotongan atau bagian perakitan atau bagian pengecatan pada perusahaan mebel; dan 3) Biaya Overhead Pabrik, adalah seluruh biaya manufaktur yang terkait dengan objek biaya namun tidak dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dengan cara yang ekonomis. Contoh: biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya bahan baku penolong, biaya reparasi dan pemeliharaan mesin pabrik, Biaya pemeliharaan gedung pabrik, Biaya penyusutan mesin pabrik.

Penentuan harga jual, salah satu komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba bisnis adalah harga. Tingkat harga mempengaruhi kuantitas produk yang dijual, dan harga juga mempengaruhi biaya karena kuantitas produk yang dijual mempengaruhi biaya yang ditimbulkan karena efisiensi produksi. Oleh karena itu, penetapan harga mempengaruhi biaya total dan pendapatan total. Akibatnya, keputusan dan strategi penetapan harga sangat penting bagi setiap bisnis (Ramdhani et al., 2020). Penetapan harga jual produk merupakan salah satu bagian penting dari keseluruhan rencana bisnis dan strategi pemasaran perusahaan, karena langsung berpengaruh terhadap pelanggan dan perusahaan. Harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk (Achmad Rizal, 2020). Secara rinci faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan penetapan harga jual meliputi (Samryn, 2012); 1) Laba yang diinginkan; 2) fakto produksi; dan 3) faktor biaya.

Beberapa penelitian pendukung membahas mengenai kajian penelitian sejenis antara lain; *pertama*, (Taroreh et al., 2021), Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan antara harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*. Dari 3 sampel produk yang digunakan untuk penelitian. Kedua, penelitian dilakukan oleh (Vina Sofiana et al., 2024), hasil penelitiannya menyatakan harga pokok penjualan yang dihitung oleh pengusaha berbeda dengan perhitungan peneliti. Perlu adanya optimalisasi dalam hal menghitung harga pokok penjualan, perhitungan HPP diperlukan untuk meningkatkan akurasi harga jual, profitabilitas, dan daya saing. *Ketiga*, studi empiris dilakukan oleh (Artika et al., 2025), perhitungan harga jual dengan menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* berbasis *Full Costing* untuk produk tahu kecil, terdapat perbedaan harga jual dikarenakan jumlah yang diproduksi berbeda dimana untuk tahu ukuran kecil lebih banyak dibandingkan dengan tahu ukuran besar. Sementara itu, menurut Metode *Cost Plus Pricing* berbasis *Full Costing* pada Pabrik Tahu Triple S harga jual lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual menurut perusahaan. *Keempat*, penelitiannya (Yusnita & Rahman, 2024), Hasil perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* yang diperoleh dari biaya produksi yang lebih tinggi karena biaya yang ada dalam proses tersebut dihitung dengan detail dengan harga jual menggunakan *mark-up pricing* 12% . *Kelima*, penelitian dilakukan oleh (Handayani & Ghofur, 2019), hasil penelitian menunjukkan strategi penetapan harga produk gabungan dan strategi penyesuaian harga. Penelitian ini menunjukkan penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* harga jualnya lebih rendah dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan.

**METODE PENELITIAN**

Objek dalam penelitian ini adalah analisis penentuan harga jual produk menggunakan metode mark up pricing dengan pendekatan *full costing* pada peternakan ayam. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berkaitan dengan data biaya produksi dan data lainnya yang mendukung penelitian ini. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, baik melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan sebagainya (Sugiyono, 2018). Sumber data primer diperoleh melalui aktivitas wawancara dan observasi langsung dari peternakan ayam broiler. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data penjualan, biaya produksi, dan harga jual.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan observasi, wawancara serta studi pustaka dilakukan dengan langkah mencari, mengumpulkan, membaca, dan mempelajari bahan bacaan yang bersumber dari buku, jurnal, dan penelitian sejenisnya. Penulis menggunakan analisis kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numeric (angka). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa menghitung biaya produksi dan harga jual berupa metode *mark up pricing* dengan pendekatan *full costing*. Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik (variabel dan tetap) sebagai biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk. Sedangkan biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk yaitu biaya non produksi berupa biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum. Adapun rumus untuk menghitung harga pokok produksi menggunakan pendekatan full costing adalah sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	Rp xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)	Rp xxx	
Biaya Overhead Pabrik (BOP) Tetap dan Variabel	Rp xxx	
<b>Taksiran Total Biaya Produksi</b>		<b>Rp xxx</b>
Biaya Kerugian	Rp xxx (+)	
<b>Taksiran Total Biaya Komersial</b>		<b>Rp xxx (+)</b>
<b>Taksiran Biaya Penuh</b>		<b>Rp xxx</b>

Selanjutnya, menghitung harga jual produk menggunakan metode *mark up pricing*.

$$\text{Persentase Mark Up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya Non Produksi}}{\text{Biaya Produksi}}$$

$$\text{Harga Pokok Produksi} = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi Sebulan}}$$

$$\text{Harga Jual Produk} = \text{Biaya Produksi} \times (1 + \text{Presentase Mark up})$$

**PEMBAHASAN**

**Tabel 1 Perhitungan Harga Pokok Produksi**

<b>Keterangan</b>	<b>Total Biaya (Rp)</b>
Biaya Bahan Baku Langsung	2.800.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	674.000
Biaya Overhead Pabrik	10.583.881,4
<b>Total Harga Pokok Produksi</b>	<b>14.057.881,4</b>

Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi terdapat akun biaya bahan baku langsung senilai Rp 2.800.000, yang merupakan biaya dari suatu komponen yang digunakan dalam proses produksi, yang mana pemakaiannya dapat ditelusuri atau diidentifikasi dan merupakan integral dari suatu produk tertentu. Bahan baku peternakan yang dibuat keterangan melalui studi lapangan adalah bentuk DOC dengan satuan berjumlah 7 Box, harga per box adalah Rp 400.000.

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya atau pengorbanan sumber daya atas kinerja karyawan bagian produksi yang manfaatnya dapat ditelusuri atau diidentifikasi jejaknya, serta dapat dibebankan secara layak ke dalam suatu produk. Jumlah karyawan atau tenaga kerja langsung pada studi kasus peternakan ini adalah berjumlah 1 (satu) karyawan dengan upah per produksi senilai Rp 674.000.

Biaya overhead pabrik adalah semua biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung (Mulyadi, 2016a). Biaya overhead pabrik terdiri dari unsur biaya antara lain; 1) Biaya Bahan Penolong/Pembantu, merupakan nilai bahan yang digunakan untuk menyelesaikan suatu produk tetapi pemakaiannya relatif kecil atau pemakaiannya sangat rumit untuk dikenali di produk jadi. Adapun rincian dari bahan penolong pada studi kasus penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Perhitungan Biaya Bahan Penolong Peternakan Ayam**

<b>No</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Volume</b>		<b>Harga (Rp)</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
		<b>Satuan</b>	<b>Unit</b>		
1	Sekam	8	sak	5.000	40.000
2	Kayu	2	mobil	50.000	100.000
3	Vitamin dan Obat :				
	Vitamin Neobro	9	pcs	1.000	9.000
	Vitamin Kumavit	1	pack	33.000	33.000
	Vitamin Em4	6	ml	15,50	93,00
	Vitamin Molase	6	ml	34,40	206,40

	Obat Kapur Sirih	6	ml	3.000	18.000
4	Biaya Pakan :				
	0-7 Hari	8	sak	430.000	3.440.000
	8-21 Hari	14	sak	425.000	5.950.000
	<b>Total</b>				<b>9.590.299,4</b>

Selanjutnya, 2) Biaya Listrik dan Air, Total biaya listrik dan air yang harus dikeluarkan peternak ayam untuk periode bulan Januari 2025 adalah sebesar Rp 100.000; 3) Biaya Penyusutan, Biaya penyusutan atau depresiasi peralatan termasuk kedalam biaya overhead pabrik. berikut rumus perhitungan biaya depresiasi alat produksi. Berikut rincian biaya penyusutan yang digunakan dalam satu bulan produksi terlampir.

Tabel 2. Biaya Penyusutan Peternakan Ayam

No	Keterangan	Harga Perolehan (Rp)	Umur Ekonomis	Nilai Residu (Rp)	Biaya Penyusutan per Tahun (Rp)	Biaya Penyusutan per Bulan (RP)
1	Kandang	13.000.000	10 tahun	0	1.300.000	108.333
2	Kipas	350.000	4 tahun	0	175.000	14.583
3	Drum (Pemanas)	100.000	4 tahun	0	50.000	4.166
<b>Total</b>					<b>1.525.000</b>	<b>127.082</b>

Berdasarkan data pada tabel 2, dapat dilihat bahwa biaya penyusutan periode bulan Januari 2025 adalah sebesar Rp 127.082.

### 1. Perhitungan Harga Jual dengan Metode Perusahaan

Menentukan harga jual ayam broiler, perusahaan mengikuti harga pasar yang dilihat dari usaha sejenis. Proses penentuan harga jual melibatkan penambahan biaya bahan baku dan biaya overhead pabrik. Perusahaan menetapkan besarnya laba yang diharapkan sebesar 10%. Berikut perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan.

Biaya Bahan Baku	Rp 2.800.000	
Biaya Overhead Pabrik Variabel	Rp 9.690.299,4 +	
Total Biaya Produksi		Rp 12.490.299,4
Biaya Non-Produksi		
Biaya Kerugian	Rp 0	
Total Biaya Non-Produksi		Rp 0 +
Harga Pokok Produksi		Rp 12.490.299,4
Laba yang diharapkan (10% x Rp 12.490.299,4)		Rp 1.249.029,94 +

Total Harga Jual Rp 13.739.329,34

Harga Jual Per Kg = Rp 13.739.329,34 : 674  
= Rp 20.384 dibulatkan menjadi Rp  
20.000

## 2. Perhitungan Harga Jual dengan Metode *Mark-Up Pricing*

*Mark-up pricing* merupakan jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya dari suatu produk untuk menentukan harga jual. Metode ini ditentukan dengan persentase dari biaya produk atau harga jualnya. Berikut perhitungan yang dilakukan menggunakan pendekatan *full costing* dengan metode *mark-up pricing*:

Biaya Bahan Baku	Rp 2.800.000	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 674.000	
Biaya Overhead Pabrik Tetap	Rp 893.582	
Biaya Overhead Pabrik Variabel	<u>Rp 9.690.299,40 +</u>	
Total Biaya Produksi		Rp 14.057.881,4
Biaya Non-Produksi		
Biaya Kerugian	Rp 542.256	
Total Biaya Non-Produksi		<u>Rp 542.256 +</u>
Harga Pokok Produksi		Rp 14.600.137,4
Laba yang diharapkan (10% x Rp 14.600.137,4)		<u>Rp 1.460.013,74 +</u>
Total Harga Jual		Rp 16.060.151,14
Presentasi Mark Up	= $\frac{\text{Rp } 1.460.013,74 + 542.256}{\text{Rp } 14.600.137,4}$	
	= 13,71% dibulatkan menjadi 14%	

Perhitungan harga jual pada ayam broiler :

Biaya Bahan Baku	: Rp 2.800.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	: Rp 674.000
Biaya Overhead Pabrik Tetap	: Rp 893.582
Biaya Overhead Pabrik Variabel	: <u>Rp 9.690.299,40 +</u>
Total Biaya Produksi	Rp 14.057.881,4

Harga Pokok Produksi =  $\frac{\text{Rp } 14.057.991,4}{647}$

Harga Pokok Produksi = Rp 20.857

Harga jual produk per kg = Rp 20.857 x (1 + 14%)  
= Rp 20.857 x (1,14%)  
= Rp 23.776,98

## 3. Perbandingan Harga Jual Peternakan Ayam Broiler

Tabel 3. Perbandingan Harga Jual Perusahaan dan *Mark-Up Pricing*

Keterangan	Harga Jual	
	Perusahaan	Mark-Up Pricing
Ayam Broiler	Rp 20.000	Rp 3.776,98

Dari tabel 3 atas dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan pada harga jual ayam broiler per kilogram dengan metode *mark-up pricing* sebesar Rp 23.776,98 dan perbedaan pada harga jual ayam broiler per kilogram dengan metode perusahaan sebesar Rp 20.000.

Studi sebelumnya telah menyoroiti pentingnya penggunaan metode penentuan harga yang akurat dan mempertimbangkan semua biaya produksi. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian ini, di mana terdapat perbedaan signifikan dalam harga jual ayam broiler antara metode *mark-up pricing* dan metode perusahaan. Perusahaan masih menggunakan metode harga jual berdasarkan harga pasaran yang ada, tanpa memasukkan semua biaya yang ada dalam menetapkan harga jual produk. Hal ini sesuai dengan temuan dalam literatur terdahulu yang menekankan perlunya memperhitungkan biaya-biaya produksi secara menyeluruh. Selain itu, hasil penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya pemahaman yang baik terkait dengan perhitungan persentase mark up. Meskipun perusahaan memiliki target persentase laba sebesar 10%, namun hasil perhitungan *mark-up* mencapai 14%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperhatikan ulang strategi penetapan harga mereka agar sesuai dengan target laba yang diinginkan.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Penentuan harga jual per kilogram ayam broiler menggunakan metode perusahaan adalah sebesar Rp 20.000; dan (2) Penentuan harga jual per kilogram ayam broiler menggunakan metode *mark-up pricing* sebesar Rp 23.776,98.

Saran yang dapat diberikan bagi pengusaha peternakan dalam hal ini adalah menentukan harga jual ayam broiler belum memasukkan semua biaya-biaya yang ada dalam menetapkan harga jual produk. Selain itu perusahaan masih menggunakan metode harga jual berdasarkan harga pasaran yang ada. Penulis berharap sebaiknya peternakan ayam broiler mempertimbangkan cara penentuan harga jual menggunakan metode *mark-up pricing* karena karena dengan menggunakan metode tersebut presentasi laba yang diharapkan dihitung lebih rinci, sehingga perusahaan akan mendapatkan laba lebih besar.

### DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Rizal. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Anisa, A., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Harga Pokok Produksi Penjualan Pada Umkm Zamel Snack Karawang. *PRIMER: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 290–300. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i3.145>

- Artika, R., Alexander, S. W., & Latjandu, L. D. (2025). Penerapan metode cost plus pricing berbasis full costing dalam penentuan harga jual pada Pabrik Tahu Triple S. *Manajemen Bisnis Dan Keuangan Korporat*, 3(1), 196–206. <https://doi.org/10.58784/mbkk.296>
- Handayani, S., & Ghofur, A. (2019). Penerapan Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Pada UD. Lyly Bakery Lamongan. *Akuisasi: Jurnal Akuntansi*, 15(1), 42–47.
- Mawardi, R., Suharyanto, & Ridarmelli. (2023). *Akuntansi Biaya: Teori & Praktik*. Ponorogo:Uwais Inspirasi Indonesia.
- Mulyadi. (2016a). *Akuntansi Biaya (Edisi 5)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2016b). *Akuntansi Manajemen, Edisi 4 (4th ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ramdhani, D., Merida, Hendrani, A., & Suheri. (2020). *Akuntansi Biaya: Konsep dan Implementasi di Industri Manufaktur*. Yogyakarta: CV Markumi.
- Samryn. (2012). *Akuntansi Manajemen: Informasi Biaya untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi dan Informasi*. Jakarta: Kencana.
- Simanjuntak, M. C. (2018). Analisis Usaha Ternak Ayam Broiler Di Peternakan Ayam Selama Satu Kali Masa Produksi. *Jurnal Fapertanak*, 3(1), 60–81.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Taroreh, B. F. ., Pangemanan, S. S., & Suwetja, I. G. (2021). Analisis Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode Cost Plus Pricing dengan Pendekatan Full Costing pada CV. Verel Tri Putra Mandiri. *Jurnal EMBA*, 9(3), 607–618. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34953>
- Vina Sofiana, Qori Erna Lestari, Stefani Afrida, & Evi Mahaerani. (2024). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing dan Penentuan Harga Jual dengan Pendekatan Cost Plus Pricing pada UMKM Es Teh Solo Cabang Rawalumbu Kota Bekasi. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(4), 148–157. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i4.3560>
- Yusnita, F. F., & Rahman, T. (2024). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Untuk Menetapkan Harga Jual Pada Produk Es Kristal (Studi Pada UMKM Es Kristal Imam Desa Mabuun Kecamatan Murung Pudak Kabupaten Tabalong). *Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis (JAPB)*, 7(2), 1910–1922.