

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, kesimpulan bahwa thaget costing telah berperan dalam penetapan harga pokok produk sehingga tingkat laba yang ditargetkan tercapai.

Hal ini ditunjang oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Biaya-biaya yang terjadi perusahaan, antara lain: biaya bahan baku, biaya cat sablon, biaya upah tenaga kerja bagian jahit, biaya upah tenaga kerja bagian sulam, biaya gaji untuk bagian potong, sablon, packing, dan kepala bagian, biaya packing, biaya listrik, biaya pemeliharaan mesin, biaya lain-lain yang meliputi biaya penyusutan gedung pabrik, biaya penyusutan mesin, biaya penyusutan kendaraan, biaya pemeliharaan dan bahan bakar kendaraan, serta biaya telepon. Biaya-biaya tersebut oleh perusahaan hanya diklasifikasikan menjadi dua kelompok. Kelompok pertama terdiri dari biaya yang dapat ditelusuri ke produk, yaitu biaya bahan baku, biaya cat sablon, biaya upah tenaga kerja bagian jahit, dan biaya upah tenaga kerja bagian sulam. Kelompok kedua adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri ke produk, yang termasuk di dalamnya adalah semua biaya selain biaya yang disebutkan pada kelompok pertama.
2. Perusahaan menetapkan harga pokok produknya dengan cara menghitung biaya yang dapat ditelusuri ke produk ditambah dengan biaya yang tidak

dapat ditelusuri ke produk. Untuk biaya yang dapat ditelusuri ke produk, perusahaan telah membebankan semua biaya bahan baku untuk membuat 1 unit pakaian dengan tepat. Namun, biaya yang tidak dapat ditelusuri ke produk diperoleh dari 15% biaya yang dapat ditelusuri ke produk untuk setiap unit pakaian jadi yang diproduksi.

3. Logo Collection belum menggunakan target costing. Penulis telah menghitung target cost untuk kedua model yang dibahas dalam skripsi ini. Target cost didapat dengan mengurangi *target price* yang merupakan harga jual perusahaan dengan *target profit* yang merupakan tingkat laba yang diharapkan oleh perusahaan. Setelah mendapatkan *target cost*, penulis membandingkan target cost tersebut dengan harga pokok produk (*full product cost*). Didapat hasil bahwa harga pokok produk untuk setiap model pakaian jadi *undercosted* terhadap *target cost*.
4. Tingkat laba yang ditargetkan selama ini sudah tercapai. Hal ini dapat diketahui dari harga pokok produk (*full product cost*) yang *undercosted* terhadap *target cost*. Dengan menggunakan perhitungan *target price* dikurangi harga pokok produk, akan didapat laba yang sebenarnya. Perhitungan laba sebenarnya tersebut dibandingkan dengan *target profit* yang telah ditetapkan sebelumnya, didapatkan hasil bahwa laba tersebut *overcosted* terhadap *target profit*-nya. Jacket tangan balon *overcosted* sebesar Rp 13,099.82 dan bodyfit print *overcosted* sebesar Rp 16,025.89. Hal ini menandakan bahwa selama ini laba yang diinginkan perusahaan sudah tercapai walaupun perusahaan belum menggunakan *target costing*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan penulis, maka penulis memberikan saran-saran di bawah ini yang diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dan pemikiran bagi perusahaan, yaitu:

1. Biaya-biaya yang terjadi pada perusahaan sebaiknya diklasifikasikan menjadi biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead yang terdiri dari biaya gaji untuk bagian potong, sablon, packing, dan kepala bagian, biaya packing, biaya listrik, biaya pemeliharaan mesin, biaya lain-lain yang meliputi biaya penyusutan gedung pabrik, dan biaya penyusutan mesin. Biaya non produksi adalah semua biaya yang tidak termasuk pada biaya produksi.
2. Dalam menetapkan harga pokok produk, perusahaan sebaiknya menghitung biaya yang dikonsumsi masing-masing unit produk secara tepat bukan berdasarkan persentase. Penetapan harga pokok produk sebaiknya menggunakan sistem ABC. Dengan metode ini, perhitungan biaya produksi langsung dibebankan secara langsung pada produk, sedangkan untuk biaya overhead digunakan pembebanan biaya berdasarkan dasar alokasi pada masing-masing aktivitas yang terjadi di perusahaan lalu biaya aktivitas yang dapat dibebankan pada produk yang melewati aktivitas tersebut. Untuk perhitungan non produksi, karena sulit ditelusuri pada masing-masing produk, maka dapat digunakan tarif sebagai

pembebanan pada produk. Tarif biaya non produksi diperoleh dengan membagi seluruh biaya non produksi dengan unit produk.

3. Logo Collection sebaiknya menggunakan target costing. Dengan target costing perusahaan terlebih dahulu harus menentukan target price lalu dikurangi dengan target profit didapat target cost. Untuk setiap desain produk, harga pokok produk harus sesuai dengan target cost. Jika harga pokok produk tidak sesuai dengan target cost, maka desain produk akan diulang terus sampai tercapai target cost yang telah ditetapkan. Setelah target cost tercapai, perusahaan baru diperbolehkan memproduksi produknya.
4. Untuk mencapai target laba yang diharapkan perusahaan, Logo Collection harus menurunkan harga pokok produk masing-masing jenis pakaian jadi agar target cost dapat tercapai. Dengan tercapainya target cost, secara otomatis target profit akan ikut tercapai. Penurunan biaya dilakukan dengan mendesain proses produksinya dan mendesain produknya. Untuk penurunan biaya dengan desain produk dapat dilakukan dengan value engineering. Value engineering diterapkan dengan menggunakan variasi yang telah ada atau menambah variasi yang menghasilkan biaya yang lebih murah dari variasi asal.