
BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan pada bab sebelumnya dan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perusahaan belum menerapkan *target costing*, karena selama ini perusahaan menjual produknya sesuai dengan harga pasar yang berlaku tanpa penentuan *target profit* yang diinginkan sehingga *profit* yang diperoleh perusahaan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Pabrik Plastik “X” belum melakukan pengklasifikasian biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan. Perhitungan harga pokok produk pada Pabrik Plastik “X” dilakukan dengan cara tradisional, yaitu dengan cara menjumlahkan semua biaya yang terjadi dibagi dengan jumlah hasil yang diproduksi. Perhitungan harga pokok produk menurut Pabrik Plastik “X” *undercosted* terhadap perhitungan harga pokok produk menurut penulis, hal ini dikarenakan Pabrik Plastik “X” tidak memasukan beberapa biaya yang seharusnya dimasukan dalam perhitungan total biayanya, diantaranya: biaya penyusutan, biaya perbaikan dan perawatan mesin, serta THR karyawan. Jadi selama ini harga pokok produk yang ditetapkan perusahaan tidak mencerminkan biaya yang sebenarnya terjadi.
2. Pabrik Plastik “X” selama ini belum melakukan pengendalian terhadap biaya-biaya yang terjadi. Biaya-biaya yang terjadi dicatat untuk perhitungan harga

pokok produk, tetapi Pabrik Plastik “X” tidak menganalisa biaya-biaya tersebut untuk mengetahui apakah ada biaya yang bisa dikendalikan.

3. Dalam mengimplementasikan pendekatan *target costing* pada Pabrik Plastik “X” penulis melakukan lima langkah yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a. *Determine the market price*

Market price plastik didapat penulis dengan mengumpulkan data dari 15 toko plastik yang ada di Bandung.

- b. *Determine the desired profit*

Perusahaan tidak bisa semena-mena menentukan *target profit* yang hendak dicapai. Sebelum menentukan *target profit* yang hendak dicapai sebaiknya perusahaan melakukan beberapa hal, diantaranya:

- Membandingkan keuntungan perusahaan dengan suku bunga deposito bank. Apabila dengan menginvestasikan uangnya di bank pemilik mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada menginvestasikan uangnya di perusahaan maka sebaiknya pemilik menginvestasikan uangnya di bank. Oleh karena itu, maka *target profit* perusahaan harus lebih besar daripada bunga yang didapat apabila pemilik menginvestasikan uangnya di bank.
- Mengetahui ROE (*Return on Equity*) yang dimiliki perusahaan pada saat ini. Dengan mengetahui ROE perusahaan saat ini pemilik memiliki acuan dalam menentukan *target profit* untuk periode mendatang.

- c. *Calculate the target cost at market price less desired profit*

Target cost dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Target cost} = \text{Competitive price} - \text{Desired profit}$$

- d. *Use value engineering to identify ways to reduce product cost*

Karena produk perusahaan adalah kantong plastik yang tidak mempunyai fungsi atau kegunaan yang bisa ditambah atau dikurangi maka penulis tidak menggunakan *value engineering* melainkan menggunakan *continuous improvement* dalam usaha menurunkan biaya yang terjadi.

- e. *Use kaizen costing and operational control to further reduce cost*

Penulis menggunakan *kaizen costing* dalam usaha menurunkan biaya agar dapat mencapai *target cost*, dengan cara mengatasi dua kelemahan yang dimiliki Pabrik Plastik “X”, yaitu adanya *scrap* dan jumlah hasil produksi yang tidak optimal.

4. Tingkat laba yang ditargetkan perusahaan (*target profit*) selama ini belum tercapai. Hal ini dapat diketahui dari harga pokok produk yang *overcosted* terhadap *target cost*, yang otomatis mengakibatkan *target profit* menjadi tidak tercapai. Jadi, hal ini menandakan bahwa selama ini target laba yang diharapkan perusahaan belum tercapai.
5. Pembahasan yang telah penulis lakukan menunjukan apabila perusahaan menerapkan *target costing* dalam perusahaan dan melakukan *continuous improvement* untuk menurunkan biayanya maka perusahaan akan dapat mencapai *target cost*, bahkan biaya sesudah *continuous improvement* dilakukan akan lebih rendah (*undercosted*) daripada *target cost* sehingga laba

yang diinginkan perusahaan dapat tercapai. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *target cost* berperan dalam pengendalian biaya dan pencapaian laba. Melalui *target costing*, diharapkan perusahaan dapat menghemat biaya tanpa mengabaikan kepuasan pelanggan. Hal ini memerlukan *continuous improvement* dalam meningkatkan efisiensi proses produksi. Perbaikan yang berkelanjutan ini dapat dilakukan dengan menghilangkan aktivitas-aktivitas yang tidak menambah nilai dari suatu produk (*non-value added activities*). Penulis berusaha mengatasi dua masalah yang terdapat dalam perusahaan dengan *continuous improvement*, masalah tersebut adalah adanya *scrap* dan jumlah produksi yang tidak optimal. Dengan diketahuinya *target cost* maka perusahaan mempunyai acuan yang harus dicapai apabila biaya yang terjadi melebihi *target cost* yang sudah ditetapkan. Diharapkan dengan dapat dicapainya *target cost*, perusahaan mampu memperoleh *target profit* yang diinginkan. Jadi, penerapan *target costing* bermanfaat dalam membantu manajemen untuk mencapai laba yang direncanakan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terhadap Pabrik Plastik “X” dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis, maka penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan pandangan-pandangan yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan, atau setidaknya dapat memberikan informasi dasar untuk penelitian yang lebih luas dan mendalam.

1. Dalam melakukan perhitungan total biaya Pabrik Plastik “X” sebaiknya memasukan beberapa biaya yang seharusnya dimasukan seperti: biaya penyusutan, biaya perbaikan dan biaya perawatan mesin, serta THR karyawan. Selain itu Pabrik Plastik “X” sebaiknya mengklasifikasikan biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan ke dalam komponen biaya produksi dan non-produksi agar dapat melakukan perhitungan total biaya yang lebih akurat.
2. Total biaya produk yang *overcosted* terhadap *target cost* membuat Pabrik Plastik “X” harus menurunkan biaya yang terjadi agar sesuai dengan *target cost* sehingga dapat memperoleh *desired profit*. Untuk itu Pabrik Plastik “X” sebaiknya melakukan *continuous improvement* untuk mengatasi masalah yang ada dalam perusahaan, yaitu adanya *scrap* dan jumlah produksi yang tidak optimal.
3. Sebaiknya Pabrik Plastik “X” mulai menerapkan *target costing* agar dapat mencapai *target cost*, karena dengan mencapai *target cost* secara otomatis perusahaan akan mencapai *target profit* yang diinginkan dengan harga jual yang ditentukan oleh pasar (*market price*). Dalam hal menentukan harga jual produk Pabrik Plastik “X” sudah tepat dan perlu dipertahankan karena harga jual yang ditetapkan Pabrik Plastik “X” tidak berbeda jauh dari rata-rata harga jual di pasaran. Melalui *target costing*, diharapkan perusahaan dapat menghemat biaya tanpa mengabaikan kepuasan pelanggan.