

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan atas hasil penelitian pada Perusahaan Kharisma Advertising, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Job order costing* belum diterapkan dalam penetapan harga jual pada Perusahaan Kharisma Advertising, karena perhitungan harga pokok di muka dan penetapan harga jual yang dilakukan oleh Perusahaan Kharisma Advertising belum memenuhi kriteria-kriteria *job order costing*. Hal ini ditunjang dengan kenyataan-kenyataan sebagai berikut:

- Untuk setiap produk pesanan, perusahaan telah menghitung harga pokok produk di muka untuk masing-masing pesanan yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya, namun perusahaan hanya menjumlahkan biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung setiap pesanan. Perusahaan tidak melakukan perhitungan biaya *overhead* pabrik secara terperinci ke dalam harga pokok produk. Menurut perusahaan, perhitungan biaya *overhead* pabrik tercakup ke dalam persentase *mark up*. Hal ini dapat menyebabkan harga pokok produk menjadi *undercosted*.
- Perusahaan memasukkan biaya bahan pembantu yang jumlahnya cukup besar ke dalam unsur biaya bahan langsung, sehingga mengakibatkan harga pokok

produk hasil perhitungan perusahaan menjadi terlalu tinggi (*overcosted*) dan harga jualnya pun menjadi terlalu tinggi (*overpricing*).

- Dalam menghitung biaya tenaga kerja langsung, perusahaan belum melakukan penelusuran atas jumlah pemakaian jam tenaga kerja langsung pada setiap proses untuk setiap pesanan. Perusahaan memperhitungkan biaya tenaga kerja langsung dengan tarif harian, sehingga mengakibatkan perhitungan biaya tenaga kerja langsung menjadi tidak akurat, yaitu menjadi lebih besar dari yang seharusnya dibebankan (*overcosted*).
2. Dalam menghitung harga pokok produk di muka, yaitu untuk menghitung biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Perusahaan Kharisma Advertising menggunakan standar dan anggaran biaya langsung dan biaya tenaga kerja langsung setiap tahunnya. Anggaran mengenai biaya *overcosted* pabrik dan biaya operasional digunakan oleh perusahaan untuk mempertimbangkan penetapan *mark up* dan untuk membandingkan dengan biaya yang sesungguhnya terjadi. Anggaran tersebut dibuat oleh perusahaan berdasarkan pengalaman-pengalaman yang telah lalu dengan ditambah penyesuaian tertentu menurut kebijakan pemilik perusahaan dan berdasarkan informasi harga yang diperoleh dari pemasok.
  3. Perusahaan menggunakan *cost based pricing* dalam menetapkan harga jual produknya, dengan harga pokok yang menjadi dasar utama bagi perusahaan untuk menentukan harga jual. Harga jual ditentukan dengan menambahkan *mark up* dari harga pokok produknya. Besarnya *mark up* ditentukan oleh perusahaan berdasarkan pengalaman-pengalaman pada tahun-tahun sebelumnya atau dengan melihat pada para pesaingnya. Karena harga pokok yang dihitung perusahaan

kurang tepat (*overcosted*), maka berakibat pula pada harga jual yang menjadi terlalu tinggi (*overpricing*).

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan di atas, penulis akan menguraikan beberapa saran yang diharapkan akan berguna bagi perusahaan, yaitu:

1. Sebaiknya perusahaan menggunakan metode *job order costing* dalam melakukan perhitungan harga pokok produk di muka dan harga jualnya agar diperoleh perhitungan yang lebih akurat sehingga dapat mendukung proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan dengan lebih baik.
2. Perusahaan sebaiknya mengelompokkan biaya-biaya yang ada di perusahaan dengan tepat. Biaya-biaya yang ada di perusahaan seharusnya diklasifikasikan menjadi biaya produksi dan biaya operasional dengan tepat. Kemudian biaya produksi ini dikelompokkan menjadi biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya produksi tidak langsung. Hal ini perlu dilakukan agar dapat diperoleh perhitungan harga pokok yang lebih akurat untuk kemudian digunakan dalam menghitung harga jual.
3. Dalam perhitungan harga pokok produk, sebaiknya biaya bahan pembantu dikelompokkan sebagai biaya *overhead* pabrik, bukan sebagai bagian dari biaya bahan langsung. Pemisahan biaya bahan menjadi bahan langsung dan biaya bahan pembantu perlu dilakukan dalam menghitung harga pokok sebab pembebanan kedua biaya tersebut ke tiap produk berbeda. Biaya bahan langsung akan dibebankan secara langsung, sedangkan biaya bahan pembantu akan dibebankan

dengan cara pengalokasian, karena biaya tersebut sulit untuk ditelusuri ke setiap produk.

4. Dalam menghitung harga pokok produk, perusahaan sebaiknya memasukkan semua unsur biaya produksi, yang meliputi biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik. Biaya *overhead* pabrik sebaiknya dimasukkan dan dihitung sebagai unsur dari harga pokok produk. Biaya *overhead* pabrik sebaiknya dikelompokkan ke dalam beberapa *cost pool* dan dialokasikan dengan menggunakan dasar alokasi yang berbeda yang mempunyai hubungan sebab akibat dengan setiap kelompok biaya tersebut. Biaya-biaya *overhead* pabrik yang homogen dikelompokkan ke dalam satu *cost pool*, kemudian dipilih dasar alokasi yang sesuai untuk setiap *cost pool* tersebut. Hal ini perlu dilakukan agar pembebanan biaya *overhead* pabrik ke produk menjadi lebih akurat.
5. Perhitungan biaya tenaga kerja langsung sebaiknya menggunakan tarif per jam tenaga kerja langsung sesuai dengan jam tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi setiap pesanan agar diperoleh perhitungan yang lebih akurat, sehingga untuk produk yang pengerjaannya lebih lama akan dibebankan biaya lebih besar dan sebaliknya.
6. Perusahaan perlu berhati-hati dalam menetapkan harga jual agar harga jual yang ditawarkan dapat bersaing di pasaran, sebab harga jual yang terlalu tinggi akan mengakibatkan perusahaan sulit untuk bersaing dan kehilangan pelanggan. Sebaiknya perusahaan menurunkan harga jual produknya atau perusahaan dapat mempertahankan harga tersebut tanpa menurunkannya dengan meningkatkan

kualitas produk yang dihasilkan, yang mempunyai keunggulan dibandingkan pesaingnya.