

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut ini adalah kesimpulan yang dibuat oleh penulis untuk menjawab rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya:

1. Harga pokok produk merupakan faktor penting dalam penetapan harga jual. Hal ini dijelaskan melalui fungsi dari harga pokok sebagai: harga pokok sebagai penetapan harga jual, harga pokok sebagai dasar penetapan laba, harga pokok sebagai dasar penilaian efisiensi, harga pokok sebagai dasar pengambilan berbagai keputusan manajemen. Melalui penelitian yang telah dilakukan metode perhitungan harga pokok produk ini perlu dipertimbangkan. Karena harga pokok produk merupakan faktor utama untuk menentukan seberapa besar harga jual yang akan ditetapkan oleh perusahaan. Faktor dalam *pricing strategy* untuk menentukan harga jual sesuai dengan profitabilitas yang diinginkan perusahaan, serta dapat tetap bersaing dengan perusahaan lain, tetapi juga tidak merugikan perusahaan.
2. Dari pengalokasian biaya-biaya overhead dengan menggunakan metode *activity based costing* pada PT. Y didapatkan jumlah harga pokok yang lebih besar untuk Toyota Akro, sedangkan jumlah harga pokok yang lebih kecil untuk Kicker TC merk/oo dan Bathmath Putih / Showermat. Hal ini dikarenakan perhitungan *activity based costing* lebih akurat karena menghitung biaya berdasarkan aktivitas untuk perhitungan harga pokok produk. Maka dapat disimpulkan bahwa selama ini pada

produk Toyota Akro terjadi *undercosting*, sedangkan pada produk Kicker TC merk/oo dan Bathmath Putih / Showermat terjadi *overcosting*. Hal tersebut terdapat pengaruh pada harga jual. Pada perhitungan metode *activity based costing* diketahui bahwa harga jual lebih tinggi pada produk Toyota Akro, sedangkan harga jual pada produk Kicker TC merk/oo dan Bathmath Putih / Showermat diketahui lebih rendah. Maka dapat disimpulkan bahwa harga jual pada produk Toyota Akro *underpricing*. Sedangkan pada harga jual produk Kicker TC merk/oo dan Bathmath Putih / Showermat *undercosting*.

3. Dari penjelasan-penjelasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa metode *activity based costing* memberikan hasil perhitungan harga pokok yang lebih akurat dibandingkan dengan metode *standard costing*, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menghitung harga jual produk agar lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing lainnya.
4. Metode *activity based costing* dapat diterapkan dalam penentuan harga pokok produk dengan perhitungan *activity based costing*, dimana tarif biaya tidak langsung dialokasikan pada setiap aktivitas yang mendukung produk tersebut, sehingga tingkat akurasi untuk pembebanan pada setiap produk lebih baik.

## 5.2. Saran

Pada bagian akhir penelitian ini, penulis bermaksud mengajukan beberapa saran yang berkaitan dengan pembahasan sebelumnya.

a. Saran bagi Perusahaan

Disarankan bagi perusahaan untuk menggunakan metode *activity based costing* karena metode *activity based costing* lebih akurat dan lebih relevan dengan keadaan yang sekarang. Hal ini dimaksudkan agar pembebanan pada setiap produk sesuai dengan aktivitas. Dengan demikian informasi yang ada lebih akurat sehingga mempermudah manajemen dalam pengambilan keputusan untuk menetapkan harga jual yang sesuai dengan laba yang diinginkan, namun tetap dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitor lain.

b. Saran bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar atau dikembangkan untuk penelitian selanjutnya. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti pengaruh pengalokasian biaya terhadap penentuan harga jual selama 5 tahun untuk setiap perusahaan agar terlihat perbedaannya setiap tahun. Peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai dasar untuk melakukan penelitian tidak hanya pada perusahaan manufaktur, namun pada penelitian dapat dilakukan pada perusahaan dagang ataupun jasa sesuai dengan aktivitas-aktivitas dari setiap perusahaan.