

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan, pengumpulan, dan analisis data terkait harga pokok produksi dan penetapan harga produk terhadap lini produk amplop *packaging* sarung tangan golf pada CV Chrisma Grafindo, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Jumlah harga pokok produksi pembuatan lini produk amplop *packaging* sarung tangan golf pesanan klien ENV HENNZLE GMAX WINTER sebanyak 24.000 *pcs* menggunakan pendekatan *full costing method* diperoleh Rp44.800.000
2. Jumlah harga pokok produksi pembuatan lini produk amplop *packaging* sarung tangan golf pesanan klien ENV HENNZLE GMAX WINTER sebanyak 40.000 *pcs* menggunakan pendekatan *full costing method* diperoleh sebesar Rp69.625.000

3. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari harga pokok produksi, harga jual dari lini produk amplop *packaging* sarung tangan golf pesanan sebanyak 24.000 pcs dapat ditetapkan dengan menggunakan *Cost Plus Pricing Method*, dimana perusahaan mengambil kebijakan untuk laba yang diharapkan sebesar 10%. Sehingga, harga jual dari lini produk amplop *packaging* sarung tangan diperoleh Rp2.670 per unit nya
4. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari harga pokok produksi, harga jual dari lini produk amplop *packaging* sarung tangan golf pesanan sebanyak 40.000 pcs dapat ditetapkan dengan menggunakan *Cost Plus Pricing Method*, dimana perusahaan mengambil kebijakan untuk laba yang diharapkan sebesar 10%. Sehingga, harga jual dari lini produk amplop *packaging* sarung tangan diperoleh Rp2.300 per unitnya

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti kepada CV Chrisma Grafindo adalah sebagai berikut:

1. Dalam menyusun harga pokok produksi, sebaiknya CV Chrisma Grafindo dapat melakukan klasifikasi unsur biaya-biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik secara tepat dan rinci.
2. Sebaiknya CV Chrisma Grafindo menghitung biaya dari depresiasi atau penyusutan dari mesin yang digunakan dalam proses produksinya. Karena,

merupakan unsur atau komponen yang penting pada biaya overhead pabrik yang nantinya akan dimasukkan kedalam perhitungan harga pokok produksi.

3. Penyusunan harga pokok produksi dapat menggunakan pendekatan *Full Costing Method*. Dimana, seluruh biaya baik yang bersifat tetap maupun variabel dapat dibebankan.
4. Dalam menetapkan harga jual dari lini produknya, sebaiknya CV Chrisma Grafindo tidak hanya berkaca pada harga jual produk yang ditawarkan dari pesaingnya, namun dapat menggunakan pendekatan *Cost Plus Pricing Method*. Dimana, harga jual yang ditetapkan sudah termasuk jumlah biaya yang dianggarkan pengeluarannya. Serta tingkat laba yang diharapkan akan diperoleh.



DAFTAR PUSTAKA

- Ajang, M. (2002). *Akuntansi Manajemen*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Dunia, F. A., Abdullah, W., & Sasongko, C. (2012). *Akuntansi biaya*. Salemba Empat.
- Halim, A., Supomo, B., & Kusufi, M. S. (2001). *Akuntansi Manajemen* (1st ed.). Salemba Empat.
- Hanafi, M. M. (2010). *Manajemen Keuangan Cetakan ke lima*. BPFÉ.
- Hansen, H., & Mowen, M. (2004). *Manajemen Biaya Edisi Bahasa Indonesia* (Vol. 2). Salemba Empat.
- Keller, K., & Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vol. 1). PT. Indeks.
- Komara, B., & Sudarma, A. (2016). Analisis penentuan harga pokok produksi dengan metode full costing sebagai dasar penetapan harga jual pada cv salwa meubel. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi (Jurnal Akuntansi, Pajak Dan Manajemen)*, 5(9), 18–29.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Menejemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Kuantitatif, P. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (3rd ed.). Penerbit Erlangga.
- Priyadi, M. P. (2006). *Akuntansi Biaya: Pendekatan Tradisional dan Kontemporer* (2nd ed.). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).
- Purwaji, A. (2018). *Akuntansi Biaya* (2nd ed.).
- Sadono, S. (2002). *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Siswanto, H. B. (2005). *Pengantar Manajemen, Cet. 1*. PT. Bumi Aksara.
- Suwardjono, T. A. (2005). *Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. BPFE.
- Swastha, B. (2005). *Manajemen pemasaran modern*.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2009). *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku*.
- Usry, C. (2005). *Akuntansi Biaya* (13th ed., Vol. 2).
- Warren, C. S., Reeve, J. M., Duchac, J. E., Wahyuni, E. T., & Jusuf, A. A. (2017). *Pengantar Akuntansi 1 Adaptasi Indonesia* (4th ed.). Salemba Empat.

LAMPIRAN







