

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah penulis melakukan pengamatan, pengumpulan data, dan melakukan analisis atas data yang telah diperoleh dari perusahaan Bakpia Djogdja, maka penulis membuat kesimpulan dan saran yang akan diuraikan dalam bab ini.

V.1. KESIMPULAN

Setelah melakukan analisa penulis mengambil kesimpulan bahwa penentuan harga jual produk bakpia khususnya rasa kacang hijau pada perusahaan Bakpia Djogdja belum tepat. Hal ini terjadi karena perhitungan Harga Pokok Produksi sebagai dasar penentuan Harga Jual Produk secara tepat selama ini belum dilakukan oleh pemilik Bakpia Djogdja.

Setelah penulis melakukan analisa dan perhitungan Harga Jual Produk dengan dasar metode Harga Pokok Variabel ditambah *markup* dapat diketahui bahwa terdapat selisih yang cukup besar antara Harga Jual yang ditetapkan pemilik selama ini dengan Harga Jual Produk berdasarkan Harga Pokok Variabel ditambah *markup*. Harga Jual Produk yang telah ditetapkan perusahaan selama ini bahkan belum dapat menutup semua biaya variabel dan tetap yang terjadi, total biaya tetap dan variabel per dus adalah Rp 18.704,00 sedangkan Harga Jual Produk yang ditetapkan pemilik Bakpia Djogdja selama ini hanya sebesar Rp 18.000,00. Tingkat ROI dan laba yang ingin diperoleh pemilik Bakpia Djogdja

juga belum dapat terpenuhi dengan tingkat Harga Jual Produk senilai Rp 18.000,00 tersebut. Ini terjadi karena selama ini pemilik Bakpia Djogdja belum melakukan identifikasi dan klasifikasi biaya-biaya yang terjadi dengan benar sehingga Harga Jual Produk yang ditetapkan pun menjadi kurang tepat.

Dari survei yang telah dilakukan oleh penulis diketahui bahwa harga jual yang ditetapkan oleh pesaing Bakpia Djogdja di pasar adalah sebesar Rp 22.000,00. Sedangkan Harga Jual yang ditetapkan menurut metode Harga Pokok Variabel ditambah *markup* adalah sebesar Rp 20.182,00. Hasil perbandingan antara harga jual pasar dengan harga jual menurut metode Harga Pokok Variabel ditambah *markup* adalah ternyata harga jual yang ditetapkan menurut metode Harga Pokok Variabel ditambah *markup* masih lebih rendah apabila dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan pesaing di pasar. Sehingga dengan tingkat harga jual Rp 20.182,00 Bakpia Djogdja masih bisa bersaing dengan tingkat harga di pasar.

V.2. SARAN

Dalam melakukan penetapan Harga Jual Produk sebaiknya pemilik Bakpia Djogdja melakukan identifikasi dan klasifikasi biaya-biaya yang terjadi dengan benar terlebih dahulu dan mempertimbangkan penggunaan metode perhitungan Harga Jual Produk dengan dasar metode Harga Pokok Variabel ditambah *markup* agar perusahaan dapat meningkatkan pendapatan, sehingga Harga Jual yang ditetapkan untuk setiap produk dapat menutup semua biaya yang terjadi serta memenuhi tingkat ROI dan laba yang diinginkan pemilik perusahaan.

Dengan menggunakan metode Harga Pokok Variabel ditambah *markup* akan lebih mudah bagi pemilik Bakpia Djogdja untuk melakukan pengambilan keputusan jangka pendek maupun jangka panjang dalam melakukan analisis biaya dan laba serta dalam melakukan perencanaan dan pengendalian perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Carter, William K., Usry, Milton F., *Cost Accounting 13th Edition*, Buku 1, Penerjemah: Krista S.E., Ak., Salemba Empat, Jakarta, 2004.

Carter, William K., Usry, Milton F., *Cost Accounting 13th Edition*, Buku 2, Penerjemah: Krista S.E., Ak., Salemba Empat, Jakarta, 2005.

Hansen, Don R., Mowen, Maryanne M., *Management Accounting 7th Edition*, Buku 2, Penerjemah: Dewi Fitriyani, Deni Arnos Kwary, Salemba Empat, Jakarta, 2005.

Horngren, Charles T., Foster, George, *Akuntansi Biaya*, Edisi Keenam, Erlangga, Jakarta, 1988.

Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, Edisi 2007, BPFE, Yogyakarta, 2007.

Kotler, Philip, *Principles of Marketing 7th Edition*, Prentice Hall International, Inc., Englewood Cliffs, 1996.

Machfoedz, Mas'ud, *Akuntansi Manajemen*, Edisi Revisi, Buku Dua, BPFE, Yogyakarta, 1982.

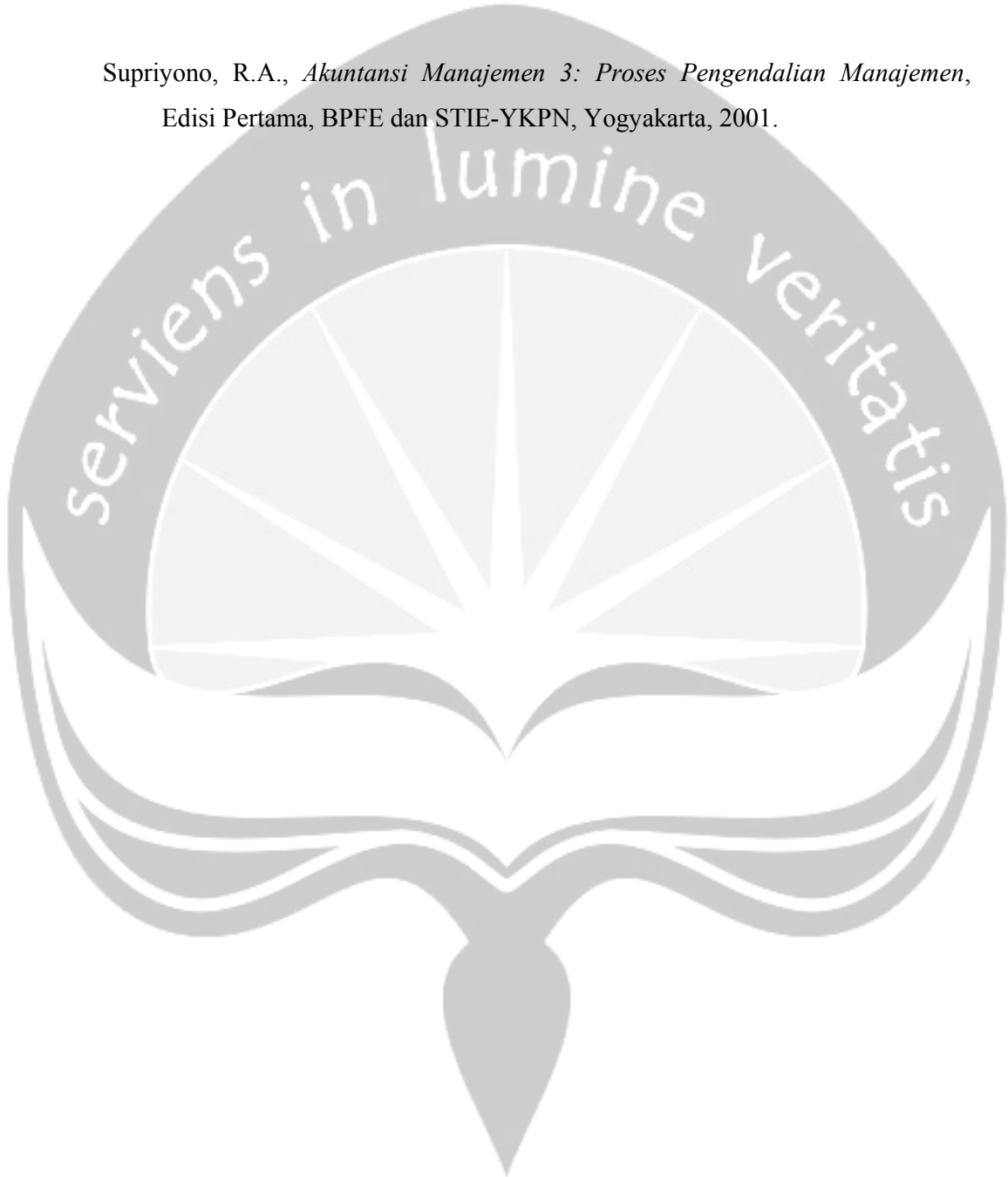
Machfoedz, Mas'ud, *Akuntansi Manajemen*, Edisi Revisi, Buku Satu, BPFE, Yogyakarta, 1984.

Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Edisi Kelima, UPP STIM YKPN, Yogyakarta, 2007.

Sugiri, Slamet, *Akuntansi Manajemen*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 1994.

Supriyono, R.A., *Akuntansi Manajemen 1: Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta, 1993.

Supriyono, R.A., *Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen*, Edisi Pertama, BPFE dan STIE-YKPN, Yogyakarta, 2001.



LAMPIRAN

FORM SURVEI

1. Perusahaan ini memproduksi dan menawarkan bakpia dengan pilihan rasa apa saja?
2. Berapa harga jual (per dus) yang ditentukan perusahaan untuk masing-masing rasa bakpia tersebut?
3. Berdasarkan penjualan yang telah terjadi selama berdirinya perusahaan ini hingga saat ini, bakpia dengan rasa apa yang paling banyak diminati oleh konsumen?

SURAT KETERANGAN

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marizna

Jabatan : Pimpinan dan Pemilik "Bakpia Djogdja" Bayeman Permai, Ruko A
2/4, Jl. Wates Km. 3, Yogyakarta.

Dengan surat ini menerangkan bahwa:

Nama : Meria Magdalena

NPM : 06 04 15988, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya
Yogyakarta, benar-benar telah mengadakan penelitian di Bakpia Djogdja guna
penyusunan skripsi.

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan
sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 April 2010

Mengetahui,



BAKPIA PATROK

Djogdja

Bakpia Tuhok Djo
Waring Gethokh No. 16-11
Jl. Dagan No. 7 Wp. 02741 7442011 Yogyakarta
Bayeman Permai, Ruko A 2/4 Jl. Wates Km. 3
Yogyakarta Telp. (0274) 567133 Hp. 0812

Marizna
Pimpinan