

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan hasil evaluasi dari penulis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis, atas peranan penentuan harga jual minuman pada Namira Cokelat And Milkshake, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Namira Cokelat And Milkshke menetapkan sistem perhitungan harga jual dengan menggunakan perkiraan dan bukan dengan perhitungan sistematis dan tidak melakukan penerapan akuntansi biaya minuman yang dihasilkan.
2. Dari hasil evaluasi harga jual dan laba kotor yang dihasilkan dari metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* lebih besar dari pada perhitungan harga jual Namira.
3. Berdasarkan perhitungan Namira diperoleh harga jual per cup minuman Dark cokelat Rp.8.802 dengan laba/cup Rp.2.031, sedangkan perhitungan dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* diperoleh harga jual per cup minuman Dark cokelat Namira per cup sebesar Rp.9.024 dengan laba/cup Rp.2.253.

Dari hasil perhitungan harga jual/cup dan laba yang didapatkan, metode yang paling tepat digunakan adalah *metode cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* karena hasil perhitungan yang didapatkan tidak jauh beda dengan harga pasar minuman dark coklat, selain itu juga perhitungan tersebut memberi laba yang lebih besar untuk namira dibanding metode pendekatan perhitungan lainnya.

Metode *full costing* juga menampilkan biaya *overhead* sesungguhnya sebab mengandung dua jenis biaya *overhead* yakni biaya tetap dan biaya variabel, selain itu metode ini mampu menunda pembebanan biaya *overhead* saat produk belum terjual.

5.2 Saran

Saran yang dikemukakan penulis ini, kiranya dapat membantu Namira Cokelat And Milkshake untuk menjadi bahan masukan dimasa yang akan datang. Sebaiknya Namira Cokelat And Milkshke menetapkan sistem perhitungan harga jual dengan menggunakan perhitungan sistematis yaitu *metode cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* karena selain perhitungannya yang lebih sistematis juga memberikan keuntungan bagi Namira sendiri yaitu dengan mendapatkan laba yang lebih besar.

5.3 Keterbatasan

1. Penulis hanya mendapatkan data yang berhubungan dan dibutuhkan dalam penelitian dan tidak diijinkan untuk melihat data pendukung yang lebih rinci karena hal itu menyangkut rahasia perusahaan.
2. Penulis dalam menentukan besarnya harga jual menggunakan dasar biaya dan *mark up* dan tidak memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual seperti permintaan dan penawaran, keadaan ekonomi, selera pasar serta persaingan.