

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian yang telah dilakukan penulis dengan tujuan menghitung Harga Pokok Produk untuk menentukan Harga Jual telah menghasilkan beberapa kesimpulan:

1. Hafa Warehouse mengklasifikan biaya ke dalam tiga jenis, biaya bahan baku langsung, biaya operasional, dan biaya *overhead*. Akan tetapi, biaya *overhead* digabung ke dalam biaya operasional sebagai pengurang pendapatan bersih. Klasifikasi biaya yang dilakukan Hafa Warehouse tidak tepat karena semua biaya operasional termasuk biaya *overhead* sementara biaya yang sudah diklasifikasikan ke dalam biaya *overhead* tidak dihubungkan dengan produk agar bisa dibebankan ke produk, semua biaya *overhead* dijadikan pengurang pendapatan bersih oleh Hafa Warehouse
2. Perhitungan HPP menggunakan metode ABC menunjukkan bahwa empat produk unggulan Hafa Warehouse, Tahu Lada Garam, Mac & Cheese, Kopi Aku, dan Kopi Kamu mengalami *undercosted*. Hal tersebut terjadi karena metode ABC memiliki biaya aktivitas yang sebelumnya tidak dihitung jika menggunakan metode lama. Tahu Lada Garam mengalami *undercosted* sebesar Rp23.283, untuk Mac & Cheese mengalami *undercosted* sebesar Rp24.240, Kopi Aku mengalami *undercosted* sebesar Rp5.084, dan untuk Kopi Kamu mengalami *undercosted* sebesar Rp5.621.
3. Metode ABC digunakan untuk menunjukkan HPP yang sebenarnya terjadi dengan memperhitungkan biaya aktivitas yang digunakan untuk menciptakan produk. HPP yang sudah dihitung menggunakan metode ABC dapat digunakan manajemen untuk menentukan harga jual baru yang tidak lupa mempertimbangkan harga jual pesaing dan permintaan produk sehingga manajemen dapat menentukan tingkat atau persentase *mark up* yang tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah agar dapat menetapkan harga jual yang kompetitif.

## 5.2. Saran

Penelitian yang telah dilakukan penulis dengan tujuan menghitung Harga Pokok Produk untuk menentukan Harga Jual telah menghasilkan beberapa saran:

1. Apabila Hafa Warehouse tetap tidak berencana menggunakan metode ABC, setidaknya perusahaan dapat melakukan identifikasi dan klasifikasi biaya dengan metode ABC agar pembagian biaya tidak membingungkan dan semua biaya yang ada sudah terjabarkan dengan lengkap. Hafa Warehouse perlu menentukan biaya mana yang termasuk ke dalam biaya bahan baku makanan dan minuman, biaya tenaga kerja langsung apabila muncul, biaya produksi tidak langsung, dan biaya non-produksi tidak langsung.
2. Karena HPP metode ABC menunjukkan HPP tahu lada garam dan mac & cheese yang lebih tinggi dibandingkan harga jual pesaing, Hafa Warehouse perlu menentukan strategi untuk merendahkan biaya kedua produk, atau meningkatkan penjualan. Beberapa cara merendahkan biaya produk adalah meningkatkan efisiensi aktivitas, mencari bahan baku di pemasok lain tanpa menurunkan kualitas bahan baku. Tujuan dari strategi tersebut adalah untuk menjadikan kedua makanan sebagai produk yang menguntungkan. Apabila HPP kedua produk berhasil direndahkan agar tetap mendapat laba jika dijual dengan harga jual lama, maka strategi tersebut berhasil. Akan tetapi, apabila HPP tidak bisa lebih rendah dari harga jual lama, Hafa Warehouse perlu mempertimbangkan apakah kedua produk makanan lebih baik ditingkatkan penjualan, desain ulang bahan baku dan proses produksi, atau bahkan dihilangkan dari menu.
3. Karena HPP metode ABC menunjukkan HPP Kopi Aku dan Kopi Kamu sudah lebih rendah dari harga jual lama, hal yang perlu dilakukan Hafa Warehouse adalah meningkatkan penjualan karena kedua produk kopi tersebut sangat menguntungkan.
4. Pemilik harus mengamati apakah mengimplementasi dan mempertahankan metode ABC untuk kegiatan operasi kedepannya mendatangkan manfaat seperti laba yang lebih besar dibandingkan biaya menggunakan metode ABC. Apabila biaya melebihi manfaat menggunakan metode ABC, lebih baik

mempertahankan metode lama sambil memperbaiki kesalahan metode lama yang dapat diamati setelah menggunakan metode ABC.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A., & Narbuko, d. (2015). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Armstrong, G., & Kotler, p. (2007). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Atkinson. (2020). *Management accounting: Information for decision making*. Cambridge Business Publishers.
- Blocher. (2018). *Cost management: A strategic emphasis*. New York: McGraw-Hill Education.
- Cooper, R., & Kaplan, R. S. (1988). *Measure Costs Right: Make the Right Decisions*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review.
- Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2021). *Hornsgren's cost accounting a managerial emphasis*. Harlow, England: Pearson Education.
- Hansen, D., Mowen, M. M., & Heitger, D. L. (2022). *Cost Management*. Cengage.
- Kaplan, R. S., & Cooper, R. (1998). *Cost & effect: using integrated cost systems to drive profitability and performance*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Kaplan, R., & Atkinson, A. (1998). *Advanced Management Accounting*. Prantice Hall.
- Maharani, A. (2021). *Penerapan Sistem Activity-Based Costing (ABC) dalam pserhitungan harga pokok produk untuk penetapan harga jual produk pada skata*. Bandung: Universitas Parahyangan.
- McCombes, S. (2022). *What Is a Literature Review | Step-by-Step Guide & Examples*. Amsterdam: Scribbr.
- Nazir. (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nopiyan. (2022). *Akuntansi Manajemen (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Raissa, M. (2018). *Peranan Activity Based Costing dalam Perhitungan Harga Pokok Produk untuk Menetapkan Harga Jual (Studi Kasus pada 5758 Coffee Lab)*. Bandung: Universitas Parahyangan.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Suharjo. (2021). *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Bumi Aksara.

Zimmerman, J. L. (2017). *Accounting for Decision Making and Control*. New York: McGraw-Hill Education.