

**PERAN *ACTIVITY-BASED COSTING METHOD* DALAM
PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUK UNTUK
MENENTUKAN HARGA JUAL PADA Hafa
*WAREHOUSE***



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Akuntansi

Oleh:

Arkan Ramzy Puntodewo

2017130133

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI
Terakreditasi oleh BAN-PT 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2022**

**THE ROLE OF *ACTIVITY-BASED COSTING METHOD*
IN CALCULATING COST OF PRODUCTS TO
DETERMINE THE SELLING PRICE OF PRODUCTS IN
Hafa Warehouse**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in
Accounting

By:

Arkan Ramzy Puntodewo

2017130133

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN ACCOUNTING
Accredited by National Accreditation Agency
No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2022**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI



PERSETUJUAN SKRIPSI
PERAN *ACTIVITY-BASED COSTING METHOD* DALAM
PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUK UNTUK
MENENTUKAN HARGA JUAL PADA HAF A
WAREHOUSE

Oleh:

Arkan Ramzy Puntodewo
2017130133

Bandung, Januari 2023

Ketua Program Sarjana Akuntansi,

Felisia, SE., AMA., M.Ak., CMA

Pembimbing Skripsi,

Arthur Purboyo, Drs., Akt, MPAc

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Arkan Ramzy Puntodewo
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 4 Mei 1999
Nomor Pokok Mahasiswa (NPM) : 2017130133
Program studi : Akuntansi
Jenis Naskah : Skripsi

judul:

PERAN ACTIVITY-BASED COSTING METHOD DALAM PERHITUNGAN HARGA POKOK
PRODUK UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL PADA Hafa WAREHOUSE

dengan,

Pembimbing : Arthur Purboyo, Drs., Akt, MPAc

MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan seleyaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 24 Januari 2023

Pembuat pernyataan :



(Arkan Ramzy Puntodewo)

ABSTRAK

Beberapa tahun terakhir terdapat peningkatan terhadap jumlah restoran dan kafe di Bandung. Persaingan ketat sudah menjadi hal wajar sehingga kafe harus dapat menjamin dapat menarik pelanggan secara konstan. Salah satu cara meningkatkan atau mempertahankan daya saing adalah dengan harga jual makanan dan minuman yang kompetitif. Harga jual pesaing menjadi salah satu pertimbangan dalam menetapkan harga jual, dengan membandingkan harga jual rata-rata pesaing, pemilik kafe dapat menetapkan harga jual berdasarkan harga jual rata-rata produk yang identik atau mirip di pasar. Pemilik kafe perlu menghitung biaya produk atau harga pokok produk dengan benar agar harga jual yang ditetapkan tidak menghasilkan laba yang kecil akibat selisih harga pokok produk dengan harga jual yang terlalu kecil. Terdapat sistem pembebanan biaya yang menghasilkan harga pokok produk yang akurat. Sayangnya, masih sedikit restoran dan kafe yang menggunakan *Activity-based Costing Method* sebagai metode yang digunakan untuk menghitung harga pokok makanan dan minuman yang ditawarkan kafe. Hal ini disebabkan karena implementasi metode ABC terbilang sulit dan membutuhkan ketelitian, waktu, dan ilmu mengenai metode ABC yang cukup agar tidak terjadi kesalahan saat menggunakan metode ABC. Penelitian ini dilakukan demi mendapat hasil nyata dari penggunaan Metode ABC untuk suatu kafe. Penelitian ini dilakukan pada Hafa Warehouse yang merupakan salah satu kafe di Bandung.

Pembebanan biaya yang terjadi pada *Activity-based Costing Method* dianggap lebih adil daripada metode lain karena Metode ABC hanya membebankan biaya tidak langsung yang memiliki hubungan sebab-akibat dengan produk yang menggunakan biaya tersebut. Pembebanan biaya yang dilakukan Hafa Warehouse tidak seperti itu, semua biaya selain biaya bahan baku menjadi pengurang pendapatan bersih. Apabila menggunakan metode ABC, biaya tidak langsung yang mengurangi pendapatan bersih adalah biaya yang tidak bisa dilacak ke suatu produk, seperti *facility-sustaining costs* yang merupakan biaya untuk mempertahankan fasilitas perusahaan secara keseluruhan sehingga jenis biaya tersebut tidak memiliki *cost drivers* yang memiliki hubungan sebab-akibat dengan *cost objects*.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Penelitian ini menggunakan data bulan November 2022 tetapi data tersebut dianggap tidak cukup karena tidak bisa menggambarkan situasi keuangan Hafa Warehouse secara jangka panjang. Penulis memperoleh data dengan mewawancarai beberapa karyawan. Penulis juga melakukan observasi dan mendapatkan dokumen untuk dianalisis. Objek penelitian yang digunakan adalah *Activity-based Costing Method*, harga pokok produk, dan harga jual makanan dan minuman pada Hafa Warehouse.

Setelah penulis menghitung Harga Pokok Produk menggunakan Metode ABC, diketahui bahwa perhitungan harga pokok produk yang dilakukan Hafa Warehouse menghasilkan harga pokok produk yang *undercosted* karena harga pokok produk yang dilakukan Hafa Warehouse hanya memperhitungkan biaya bahan baku, tidak memperhitungkan biaya tidak langsung sehingga harga pokok produk yang dihitung lebih rendah dari kenyataan. Perbandingan harga pokok produk menggunakan metode ABC dengan harga pokok produk menggunakan metode Hafa Warehouse menghasilkan selisih harga pokok produk untuk empat produk unggulan. Selisih pada Tahu Lada Garam sebesar Rp23.283, Mac & Cheese sebesar Rp24.240, Kopi Aku sebesar Rp5.084, dan untuk Kopi Kamu sebesar Rp5.621. Setelah itu, penulis menentukan harga jual dengan mempertimbangkan biaya, permintaan, dan pesaing. Penulis hanya bisa memberikan *mark up* 10% untuk tahu lada garam dan mac & cheese karena harga pokok produk baru sudah melebihi harga jual lama dan harga jual pesaing. Sedangkan Kopi Aku dan Kopi Kamu dapat menikmati *mark up* 100% karena harga pokok produk yang rendah. Kesimpulan dan saran yang bisa membantu pemilik dapat diraih penulis setelah mengolah data yang sudah dikumpulkan pada tahap pengumpulan data.

Kata kunci: *activity-based costing*, *activity-based method*, harga jual, harga pokok produk, HPP

ABSTRACT

In the last couple of years there's been a rise in the number of restaurants and cafés in Bandung. Harsh competitions have been a common thing, as such, cafés must guarantee a way that can constantly attract customers. One way to increase or maintain competitiveness is by having a competitive selling price for foods and beverages. Competitor's selling price becomes one of three considerations in determining selling price, by comparing average selling price of competitors, café owners can determine selling price based on average selling price of identical or similar products on the market. Café owners must calculate cost of products correctly so that the established selling price doesn't generate small profit because the difference between product cost and selling price is too small. There's a costing system that generate accurate product costs. Unfortunately, restaurants and cafés seldom use Activity-based Costing Method as the method used for calculating cost of foods and beverages that the café offered. This matter happens because implementing ABC Method is quite difficult and require thoroughness, time, and sufficient knowledge regarding ABC Method so to prevent mistakes when using ABC Method. This research is being done in order to obtain real life result of using ABC Method for a café, This research is being conducted at Hafa Warehouse which is one of the kafes in Bandung.

Costing system that happens in Activity-based Costing Method is considered fairer than other methods because ABC Method only allocate Indirect cost that has causality with the product that uses the indirect costs. Costing system which Haf Warehouse uses isn't like that, all cost except ingredients cost become a subtractor to net income. When using ABC Method, Indirect costs that are subtractors to net income are the costs that can't be tracked to a product, such as facility-sustaining costs which is a cost that is needed to sustain company's facilities as a whole, that's why that type of cost doesn't have cost drivers that has a causality relationship with cost objects.

Research method used by writer in this research is analytical descriptive method. This research uses data from November 2022 but those datas are considered insufficient because one month's data can't potray Hafa Warehouse's long-term financial situation. Writer obtained data by interviewing a few employees. Writer also observe and obtained document for analysis. The research object used are Activity-based Costing Method, product costs, and selling price of meal and beverages in Hafa Warehouse.

After writer calculates the product cost using Activity-based Method, it's revealed that the calculation of product cost that has been done by Hafa Warehouse resulted in undercosted product costs that happens because product costs that Hafa Warehouse conducted only calculated ingredients cost and not calculating the indirect costs, that's why the product costs that had been calculated, were lower than reality. Comparison of product cost using ABC Method with product cost using company's method resulted in difference of product cost for four best selling products. The difference for Tahu Lada Garam is Rp23.283, Mac & Cheese is Rp24.240, Kopi Aku is Rp5.084, and for Kopi Kamu is Rp5.621. After that, writer determines selling price with consideration towards costs, demand, and competitors. Writer can only give 10% mark up for tahu lada garam and mac & cheese because even their new product costs are more expensive than the old selling price and competitor's selling price. Meanwhile, Kopi Aku and Kopi Kamu can enjoy 100% mark up because of their low product cost. Conclusion and suggestion that can help the owner can be achieved by writer after procesing data that's has been collected in data collection stage.

Keyword: activity-based costing, activity-based method, Selling Price, product cost

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya yang selalu mendampingi penulis, sehingga bisa diselesaikannya skripsi yang berjudul “Peran *Activity-Based Costing Method* dalam Perhitungan Harga Pokok Produk untuk Menentukan Harga Jual pada Hafa Warehouse” Penelitian ini dilakukan dengan maksud sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan.

Perjalanan menyusun skripsi ini tidak mudah. Akan tetapi, Penulis mendapatkan kasih sayang, saran, dukungan, dan bantuan yang tidak bisa dibalas, sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan dan skripsi. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuannya dalam segala bentuk terutama kepada:

1. Orang Tua dan keluarga besar penulis yang telah memberikan bantuan dan dorongan emosional yang dibutuhkan agar penulis memperkuat niat menyelesaikan skripsi,
2. Allam Raihan Puntodewo, selaku adik kandung penulis yang sudah lulus terlebih dahulu dan menjadi motivasi penulis,
3. Bapak Arthur Purboyo, Drs., Akt., MPAc., selaku dosen pembimbing yang sudah menyediakan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan yang dibutuhkan dalam perjalanan menyusun skripsi, dan telah memberi motivasi disaat penulis ingin menyerah,
4. Ibu Felisia, SE., AMA., M. Ak., CMA. selaku Ketua Program Studi sekaligus dosen wali penulis yang telah menuntun penulis setiap perwalian agar menjadi mahasiswa yang lebih baik,
5. Ibu Dr. Muliawati, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku dosen penguji yang sudah dengan sabar memberikan masukan untuk menyempurnakan skripsi.
6. Ibu Atty Yuniawati, S.E., MBA., CMA. selaku dosen penguji yang sudah dengan sabar memberikan masukan untuk menyempurnakan skripsi.
7. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu yang bisa digunakan oleh penulis dalam hidup,

8. Pak Farhad yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Hafa Warehouse dan sudah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis menyelesaikan penelitian pada Hafa Warehouse,
9. Ibu Dita, Ibu Arsy dan seluruh staf Hafa Warehouse yang telah mempermudah pengumpulan informasi relevan untuk menyempurnakan hasil penelitian,
10. Devira Ellena Nugraha yang selalu menemani, sudah bersabar mendengar keluhan penulis dan sudah memberikan nasihat, saran, bantuan dari awal bertemu sampai saat ini. Terima kasih atas kesabarannya menemani penulis,
11. Yusuf Rezki Muharam dan Ivan Wahyu Pamungkas selaku dua teman terdekat penulis sejak SMP dan SMA hingga saat ini. Terima kasih telah memahami bahwa walaupun penulis jarang berkabar, penulis tetap peduli kalian.
12. Jason Patrick selaku teman bimbingan yang sudah memberikan bantuan dari mulai penentuan dosen bimbing hingga penyelesaian skripsi.
13. Semua pihak lain yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah berperan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini karena keterbatasan ilmu dan waktu. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang dapat menyempurnakan skripsi ini. Penulis juga berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca, dan dapat dijadikan sebagai panduan atau sumber penelitian lain.

Bandung, 24 Januari 2023

Arkan Ramzy Puntodewo

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	3
1.5. Kerangka Pemikiran	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Harga Pokok Produk	9
2.1.1. Pengertian Harga Pokok Produk	9
2.1.2. Sistem Perhitungan Harga Pokok Produk	11
2.1.2.1. Elemen-elemen Biaya yang Dibebankan ke Produk	11
2.1.2.2. Kapan Perhitungan Harga Pokok Produk	12
2.1.2.3. Prosedur Akumulasi Biaya	13
2.1.2.4. Sistem Pembebanan Biaya Tidak Langsung	14
2.2. Metode Pembebanan Biaya Tidak Langsung	15
2.2.1. <i>Traditional Costing Method</i>	15
2.2.1.1. Pengertian <i>Traditional Costing Method</i>	15
2.2.1.2. Struktur Pembebanan Biaya dalam <i>Traditional Costing Method</i>	16
2.2.1.3. Kelebihan dan Kelemahan <i>Traditional Costing Method</i>	17
2.2.2. <i>Activity-Based Costing Method</i>	18
2.2.2.1. Pengertian <i>Activity-Based Costing Method</i>	18
2.2.2.2. <i>Cost Heirarchy</i> pada <i>Activity-Based Costing Method</i>	19
2.2.2.3. <i>Activity Cost Driver</i> pada <i>Activity-Based Costing Method</i>	22
2.2.2.4. Struktur Pembebanan Biaya dalam <i>Activity-Based Costing Method</i> ..	23
2.2.2.5. Kelebihan dan Kelemahan <i>Activity-Based Costing Method</i>	24

2.3.	Harga Jual Produk	26
2.3.1.	Pengertian Harga Jual Produk.....	27
2.3.2.	Metode Penetapan Harga Jual.....	27
2.4.	Contoh Perhitungan Harga Pokok Produk Menggunakan Metode ABC dan Penetapan Harga Jual	28
3.1.	Metode Penelitian.....	37
3.1.1.	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.1.2.	Teknik Pengolahan Data	39
3.2.	Objek Penelitian	39
3.2.1.	Struktur Perusahaan	40
3.2.2.	Deskripsi Pekerjaan	40
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1.	Elemen-elemen Biaya Hafa Warehouse	43
4.2.	Perhitungan Harga Pokok Produk Hafa Warehouse	49
4.2.1.	Perhitungan Harga Pokok oleh Hafa Warehouse	49
4.2.2.	Perhitungan Harga Pokok Menggunakan Metode ABC.....	52
4.2.2.1.	Mengidentifikasi Produk Hafa Warehouse	52
4.2.2.2.	Mengidentifikasi Biaya Langsung dan Biaya Tidak Langsung di Hafa Warehouse.....	52
4.2.2.3.	Mengidentifikasi Aktivitas-aktivitas di Hafa Warehouse	57
4.2.2.4.	Menentukan <i>Resource Cost Drivers</i>	59
4.2.2.5.	Pembebanan Elemen-Element Biaya Tidak Langsung ke Aktivitas-aktivitas	62
4.2.2.6.	Menentukan <i>Activity Cost Drivers</i>	73
4.2.2.7.	Membebaskan Biaya Aktivitas-aktivitas ke Produk.....	78
4.3.	Menentukan Harga Jual Makanan dan Minuman di Hafa Warehouse.....	84
4.4.	Membandingkan Harga Jual Menggunakan Metode ABC dengan Harga Jual Menggunakan Metode Sebelumnya.....	85
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1.	Kesimpulan.....	88
5.2.	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		91

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Elemen-elemen biaya Kafe X	28
Tabel 2. 2. Perhitungan biaya bahan baku	29
Tabel 2. 3. Daftar Biaya Tidak Langsung Kafe X	30
Tabel 2. 4. Daftar Aktivitas Kafe X	30
Tabel 2. 5. Perhitungan biaya bahan baku	31
Tabel 2. 6. Pembebanan Biaya Produksi Tidak Langsung dari <i>Resource Cost</i> ke <i>Activity Cost Pool</i>	33
Tabel 2. 7. Daftar Aktivitas Kafe X	34
Tabel 2. 8. Pembebanan Biaya Produksi Tidak Langsung berdasarkan metode ABC pada Kopi A dan Kopi B	35
Tabel 2. 9. Perbandingan HPP metode lama dan metode ABC	35
Tabel 2. 10. Perbandingan Harga Jual lama dan Baru	36
Tabel 4. 1. Bahan Baku Kopi terpakai November	44
Tabel 4. 2. Bahan Baku Makanan terpakai November	47
Tabel 4. 3. Elemen-Elemen Biaya Tidak Langsung November.....	48
Tabel 4. 4. Perhitungan HPP Tahu Lada Garam dan Mac & Cheese	50
Tabel 4. 5. Perhitungan HPP Kopi Aku dan Kopi Kamu.....	51
Tabel 4. 6. Biaya Bahan Baku Kopi Aku dan Kopi Kamu	53
Tabel 4. 7. Biaya Bahan Baku Tahu Lada Garam dan Mac & Cheese	54
Tabel 4. 8. Biaya Tidak Langsung November ABC	55
Tabel 4. 9. Penyusutan Aktiva Hafa Warehouse.....	57
Tabel 4. 10. Persentase alokasi biaya listrik berdasarkan penggunaan kWh	64
Tabel 4. 11. Persentase Pembebanan Biaya Tidak Langsung ke Aktivitas	65
Tabel 4. 12. Pembebanan Biaya Tidak Langsung ke Aktivitas (Rp).....	69
Tabel 4. 13. <i>Activity-Cost Drivers</i>	73
Tabel 4. 14. <i>Activity-Cost Rates</i>	75
Tabel 4. 15. Alokasi Biaya Aktivitas ke Tahu Lada Garam	79
Tabel 4. 16. Alokasi Biaya Aktivitas ke Mac & Cheese.....	80
Tabel 4. 17. Alokasi Biaya Aktivitas ke Kopi Aku	81
Tabel 4. 18. Alokasi Biaya Aktivitas ke Kopi Kamu.....	82
Tabel 4. 19. Perbandingan HPP Metode Hafa Warehouse dengan Metode ABC	83
Tabel 4. 20. Penentuan Harga Jual Baru	84
Tabel 4. 21. Perbandingan Harga Jual Baru dengan Harga Jual Lama.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Kerangka Pemikiran	8
Gambar 2. 1. <i>Different Product Cost for Different Purposes</i>	10
Gambar 2. 2. <i>Traditional Costing Method Structure</i>	17
Gambar 2. 3. <i>ABC method categorization and allocation of indirect costs</i>	20
Gambar 2. 4. Hirarki Aktivitas dalam Metode ABC	21
Gambar 2. 5. <i>Activity-based Costing Method Structure</i>	24
Gambar 3. 1. Struktur Hafa Warehouse	40
Gambar 4. 1. Bagan Metode ABC untuk Hafa Warehouse	87

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Beberapa tahun terakhir terdapat peningkatan terhadap jumlah restoran dan kafe di Bandung. Hampir di setiap sisi jalan ada saja restoran atau kafe baru. Hal ini didorong dengan semakin populernya Kota Bandung sebagai destinasi wisatawan mancanegara maupun domestik. Pada “Bandung dalam Angka 2022” yang diedarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung tercatat bahwa pada tahun 2021 terdapat 1,234 restoran di Kota Bandung sendiri dan akan terus meningkat dengan memulihnya perekonomian Indonesia setelah dilanda pandemi COVID-19.

Akibat semakin ketatnya persaingan, kafe perlu memiliki suatu keunikan yang sulit atau bahkan tidak bisa dicari di restoran atau kafe saingan agar meningkatkan penjualan makanan dan minuman. Akan tetapi, keunikan itu sendiri tidak bisa menjamin kesuksesan suatu kafe. Salah satu hal yang digunakan untuk menilai kesuksesan kafe adalah dengan mengamati apakah pelanggan rela mengeluarkan uangnya demi membeli makanan dan minuman yang ditawarkan kafe.

Seorang manajer memiliki berbagai macam tanggung jawab dalam perusahaan. Tugas utama seorang manajer adalah melakukan pengambilan keputusan yang bisa mempengaruhi keberlangsungan suatu divisi perusahaan atau perusahaan secara keseluruhan. Keputusan yang diambil oleh manajer bisa berbagai macam, mulai dari memilih pegawai yang layak dipromosikan, memutus hubungan dengan pelanggan yang merugikan, hingga menentukan harga jual produk. Semua keputusan tersebut tidak akan bisa dicapai tanpa adanya informasi keuangan atau non keuangan yang mendukung. Salah satu keputusan yang membutuhkan informasi akurat adalah menentukan harga jual produk. Dengan demikian, manajer, sebagai kepala manajemen dari suatu kafe, perlu mengetahui biaya produksi makanan dan minuman serta biaya non-produksi yang terjadi di perusahaan untuk menentukan harga jual. Sayangnya, masih banyak restoran dan kafe yang masih menggunakan metode yang kurang tepat untuk menghitung harga pokok makanan dan minuman.

Masalah utama yang dihadapi kafe dalam menghitung harga pokok makanan dan minumannya adalah biaya tidak langsung yang terjadi di kafe. Tidak sedikit kafe yang tidak membebankan biaya tidak langsung kafe ke dalam produk atau minuman yang memiliki hubungan sebab akibat. Hal tersebut terjadi karena biaya tidak langsung dianggap terlalu rumit dan terlalu banyak sehingga tidak akan diperhitungkan ke dalam biaya produk.

Menentukan harga jual suatu produk bukan hal yang mudah bagi suatu perusahaan. Manajer harus melihat pertimbangan dalam menentukan harga jual produk. Tiga pertimbangan utama dalam menentukan harga jual adalah banyak permintaan produk, harga jual pesaing, dan biaya yang dibutuhkan perusahaan untuk menciptakan produk. Biaya produk adalah pertimbangan yang paling bisa dikendalikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memastikan biaya produk sudah dihitung dengan menggunakan sistem biaya yang bisa menunjukkan semua biaya yang dibutuhkan untuk menciptakan suatu produk.

Hafa Warehouse merupakan salah satu kafe yang mulai beroperasi sejak tahun 2021. Hafa Warehouse merupakan kafe dari PT Hafa yang memiliki konsep kafe yang juga menawarkan beberapa koleksi pakaian wanita. Hafa Warehouse menawarkan berbagai macam makanan, mulai dari makanan khas Indonesia, hingga makanan gaya barat. Hafa Warehouse menentukan Harga Pokok Produk (makanan dan minuman) dengan menghitung biaya bahan baku yang digunakan untuk membuat produk dalam satu kali produksi, contohnya, Hafa Warehouse menghitung biaya satu porsi tahu lada garam berdasarkan banyak bahan baku yang digunakan untuk satu porsi.

Harga jual makanan dan minuman ditentukan dengan memakai *market-based pricing* yang dilakukan pemilik dengan mengamati harga jual pesaing agar terdapat gambaran jangkauan harga jual yang bisa ditetapkan. Pemilik kemudian akan melakukan *cost-based pricing* dengan menggunakan persentase biaya, dimana biaya makanan yang mencakup biaya bahan baku makanan tidak boleh melebihi 40% dari harga jual makanan milik pesaing, sedangkan biaya minuman yang mencakup biaya bahan baku minuman tidak boleh melebihi 27% harga jual dari minuman milik pesaing. Setelah itu, jika biaya produk lebih rendah persentase biaya tersebut, pemilik dapat menetapkan harga jual yang lebih rendah dari pesaing.

Perhitungan Harga Pokok Produk yang dilakukan Hafa Warehouse tidak memperhatikan biaya tenaga kerja tidak langsung seperti barista atau manajer karena dianggap terlalu rumit. Semua pengeluaran, baik biaya tidak langsung maupun biaya tenaga kerja tidak langsung akan mengurangi pendapatan bersih yang didapat dari pendapatan kotor dikurangi pajak restoran 10%. Pendapatan bersih dikurangi beban operasional, beban rumah tangga, beban overhead dan beban lainnya untuk menghasilkan laba yang akan dibagikan ke dua pemilik dan enam investor.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah pada halaman sebelumnya, muncul tiga rumusan masalah, yaitu:

1. Elemen-elemen biaya apa saja yang terjadi di Hafa Warehouse?
2. Bagaimana perhitungan harga pokok sebelum dan sesudah menggunakan *Activity-Based Costing Method*?
3. Bagaimana peran *Activity-Based Costing Method* dalam pengambilan keputusan untuk menetapkan harga jual di Hafa Warehouse?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dispesifikasi di atas, tujuan penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mengetahui elemen-elemen biaya apa saja yang terjadi di Hafa Warehouse.
2. Mengetahui perhitungan harga pokok sebelum dan sesudah menggunakan *Activity-Based Costing Method*.
3. Mengetahui peran *Activity-Based Costing Method* dalam pengambilan keputusan untuk menetapkan harga jual di Hafa Warehouse.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tidak hanya gambaran, tetapi ilmu dan pengetahuan bermanfaat yang bisa digunakan oleh pembaca, terutama:

1. Hafa Warehouse

Hasil penelitian dapat digunakan Hafa Warehouse untuk dijadikan sebagai dasar atau panduan perhitungan harga pokok menggunakan sistem ABC agar menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan menentukan harga jual yang nantinya dapat berdampak pada penentuan strategi pemasaran.

2. Penulis

Pelaksanaan penelitian ditujukan untuk menjadikan penelitian ini sebagai dasar dan pondasi untuk membantu dalam proses pembuatan skripsi sehingga diharapkan penelitian ini untuk dikembangkan lagi agar lebih meyakinkan pembaca dengan data baru yang bisa mendukung penelitian ini.

3. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini ditujukan agar menjadi inspirasi dan gambaran terhadap kenyataan Sistem ABC dan diharapkan peneliti lain yang melakukan penelitian seputar topik yang serupa bisa menggunakan informasi yang didapat dari penelitian ini untuk dikembangkan lagi agar penelitian mereka menjadi lebih konkrit.

4. Pembaca lain

Salah satu alasan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk memperluas wawasan pembaca umum yang berusaha mencari dan megkonsumsi ilmu terkait penerapan dan keberhasilan Sistem ABC pada dunia nyata sehingga pembaca tidak hanya mendapat informasi dari informasi yang bersifat teori, tetapi juga mendapat informasi yang didapat dari kegiatan usaha.

1.5. Kerangka Pemikiran

Persaingan ketat dalam bisnis kafe mendorong kafe-kafe untuk menciptakan agenda pemasaran yang dapat menarik pelanggan yang lebih banyak. Salah satu cara mendatangkan pelanggan adalah dengan melakukan acara di lokasi kafe atau memberikan diskon terhadap makanan dan minuman. Akan tetapi, sebelum menetapkan diskon yang dilakukan dengan cara mengurangi harga jual produk dan berdampak pada laba yang lebih rendah, kafe perlu mengetahui harga pokok produk yang akan dikenakan diskon agar harga jual setelah diskon tetap mendatangkan laba dari penjualan produk tersebut. Oleh karena itu, sebelum menetapkan harga jual

setelah diskon, manajemen harus yakin bahwa sistem perhitungan biaya yang digunakan perusahaan sudah menggunakan sistem yang tepat sehingga produk tidak memunculkan *Hidden Costs* atau *Hidden Profits*.

Sebuah perusahaan dapat dikatakan sukses jika perusahaan mendatangkan laba secara terus-menerus dan memiliki *competitive advantage* dari pesaing yang salah satunya disebabkan karena perusahaan memiliki harga jual yang kompetitif atau karena perusahaan memiliki produk unggulan. Perusahaan bisa memiliki harga jual yang kompetitif setelah perusahaan menetapkan harga jual dengan mempertimbangkan harga pokok produk, harga jual produk pesaing, permintaan dan persediaan produk, kepuasan pelanggan dan faktor lain yang mungkin mempengaruhi harga jual.

Dalam menentukan harga jual produk atau jasa, perlu memperhatikan tiga aspek pertimbangan. Aspek permintaan produk, jumlah produk yang diminta dan nilai yang rela dibayar oleh pelanggan. Aspek harga jual pesaing, besar harga jual produk pesaing. Aspek biaya produk, besar biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menciptakan produk.

Perhitungan Harga Pokok Produk pada umumnya, terdiri dari tiga macam elemen biaya produksi yaitu, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja produksi langsung, dan biaya produksi tidak langsung. Pembebanan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja produksi langsung ke dalam suatu produk dianggap mudah. Hal tersebut menyebabkan kedua biaya tersebut disebut dengan biaya langsung, biaya yang dapat dengan mudah ditelusuri sumbernya sehingga langsung dibebankan ke produk sesuai jumlah bahan baku yang digunakan produk tersebut. Sedangkan, biaya produksi tidak langsung merupakan jenis biaya tidak langsung yang sulit dibebankan ke suatu produk. Oleh karena itu, semua biaya tidak langsung membutuhkan dasar alokasi biaya. Pengertian dari dasar alokasi adalah faktor yang digunakan sebagai pembagi untuk menghubungkan sekelompok biaya ke suatu objek biaya.

Dasar alokasi biaya memungkinkan terjadinya pembebanan biaya tidak langsung ke suatu objek biaya (*Cost Object*) karena dasar alokasi biaya dapat menjelaskan hubungan antara biaya tidak langsung dengan objek biaya sehingga objek biaya dibebankan biaya-biaya tidak langsung yang berhubungan dengan objek biaya yang menggunakan biaya tidak langsung tersebut. Oleh karena itu, Objek biaya tidak

dibebankan biaya tidak langsung yang tidak digunakan objek biaya tersebut. Kesalahan yang terjadi pada *Traditional Costing System* yang merupakan sistem pembiayaan populer karena kemudahan menggunakan metode tersebut terdapat pada pembebanan biaya tidak langsung, dimana biaya tidak langsung umumnya dibebankan menggunakan dasar alokasi yang menggunakan jam kerja karyawan atau jam mesin. Hal tersebut dianggap sebagai kesalahan karena tidak semua biaya tidak langsung memiliki dasar alokasi biaya yang sama sehingga satu dasar alokasi biaya digunakan semua kelompok biaya tidak langsung. Perusahaan harus menentukan biaya tidak langsung menggunakan dasar alokasi biaya yang cocok untuk biaya tersebut.

Mencari Harga Pokok Produk yang akurat membutuhkan metode yang benar dan akurat. Maharani, A (2021:6) Berpendapat bahwa metode *Activity-Based Cost System* adalah metode yang membuahkan hasil paling akurat, lebih akurat dibandingkan *Traditional Costing System*. Pendapat tersebut banyak didukung peneliti dan ahli ekonomi memiliki pendapat yang sama karena sudah ada informasi dan bukti yang bisa mendukung pendapat-pendapat tersebut. Pada *Activity-Based Cost System*, biaya tidak langsung dibebankan ke aktivitas yang berhubungan dengan produk. Elemen-elemen biaya tidak langsung dibebankan ke aktivitas tidak dengan menggunakan dasar alokasi biaya, melainkan menggunakan *resource cost drivers* yang bermanfaat untuk memberikan gambaran hubungan sebab-akibat antara biaya tidak langsung dengan aktivitas. Biaya yang terjadi di suatu aktivitas akan dijumlahkan untuk menentukan biaya setiap aktivitas. Setelah itu, biaya aktivitas akan dibebankan ke produk dengan menggunakan *activity cost drivers* yang menggambarkan hubungan sebab-akibat antara aktivitas dengan produk. Gabungan biaya langsung dan biaya tidak langsung produk akan menciptakan Harga Pokok Produk yang akurat. Perusahaan akan menggunakan biaya produk yang akurat lalu dengan pertimbangan aspek permintaan produk dan aspek harga jual pesaing, perusahaan akan menentukan harga jual yang kompetitif. Hal tersebut dianggap menentukan harga jual dengan gabungan pendekatan untuk penetapan harga jual menggunakan *cost-based* dan *market-based*.

Akan tetapi, masih banyak perusahaan, tidak hanya kafe yang masih belum menggunakan Sistem ABC. Hal tersebut disebabkan karena Sistem ABC merupakan metode rumit yang membutuhkan banyak waktu untuk dilaksanakan terutama jika biaya tidak langsung beragam. Banyak perusahaan merasa bahwa

mengimplementasi sistem ABC tidak sepadan antara manfaat menggunakan sistem baru dengan waktu dan tenaga yang dibutuhkan untuk merubah sistem pembiayaan perusahaan dari *Traditional Costing System* menjadi *Activity-based Costing System*.

Industri restoran dan kafe dapat menggunakan *Activity-based Costing Method* agar memudahkan pihak manajemen untuk mengelola biaya yang terjadi di usaha bisnis sehingga bisa menciptakan program menu yang harga jual produknya bersifat lebih fleksibel karena informasi biaya usaha bisnis yang lebih akurat. Hal tersebut yang pada akhirnya memungkinkan perusahaan agar dapat bertahan dan tetap bisa bersaing dengan perusahaan saingan.

Gambar 1. 1.
Kerangka Pemikiran

