

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini penulis akan membuat kesimpulan dan akan memberikan saran kepada Abe Konveksi. Peneliti berharap agar saran yang diberikan berguna bagi perusahaan dalam meningkatkan laba operasinya.

#### **5.1. Kesimpulan**

Dari penelitian yang dilakukan pada Abe Konveksi, penulis menyimpulkan beberapa hal:

1. ABE Konveksi belum pernah membebankan biaya operasional ke pelanggan-pelanggannya, sehingga tidak diketahui laba dari masing-masing pelanggan. Oleh karena itu penulis melakukan pembebanan biaya operasional dengan menggunakan ABC untuk mengetahui kontribusi dari setiap pelanggan.
2. Sebelum dilakukan analisis laba rugi pelanggan, dilakukan pembebanan biaya dengan menggunakan ABC , yaitu dengan mengidentifikasi dan mengklasifikasikan biaya operasional yang terjadi di Abe Konveksi, selanjutnya diklasifikasikan ke biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya tidak langsung akan di bebankan ke aktivitas sesuai dengan *resources cost driver*, selanjutnya biaya aktivitas tersebut akan dibebankan ke pelanggan menggunakan *activity cost driver* sehingga diketahui biaya setiap pelanggan dalam penelitian ini.
3. Perhitungan laba rugi pelanggan pada Abe Konveksi menggunakan *Activity Based Costing* dilakukan dengan membebankan biaya-biaya tidak langsung pada aktivitas-aktivitas yang terjadi di Abe Koveksi, yaitu menerima pesanan, membeli bahan baku, memproduksi, membuat faktur

penjualan, mengemas barang, dan pengiriman barang. Kemudian biaya-biaya aktivitas tersebut dibebankan sesuai dengan *cost driver*.

4. Dari hasil analisis laba rugi pelanggan di Abe Konveksi, dapat diketahui pelanggan mana yang memberikan kontribusi laba yang paling besar, dan pelanggan mana yang memberikan kontribusi laba yang kecil pada perusahaan.
5. Analisis laba rugi pelanggan dapat meningkatkan laba Abe Konveksi, karena dengan analisa laba rugi pelanggan Abe Konveksi mendapatkan informasi yang lebih tepat mengenai biaya-biaya yang diperlukan dalam menangani pelanggannya sehingga menghasilkan laba yang berbeda dari masing-masing pelanggan. Sehingga dapat diambil tindakan yang tepat dalam menangani pelanggan-pelanggan Abe Konveksi sehingga dapat meningkatkan laba operasi perusahaan.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis dapatkan di atas, penulis akan memberikan beberapa saran kepada Abe Konveksi, yaitu:

1. Perusahaan sebaiknya melakukan pembebanan biaya tidak langsung dengan menggunakan *Activity Based Costing* agar dapat diketahui secara akurat laba rugi dari masing-masing pelanggan perusahaan. Dengan menggunakan ABC perusahaan akan mengetahui bahwa setiap pelanggan akan memberikan laba yang berbeda dan juga perusahaan dapat mengetahui penyebab dari perbedaan laba yang didapat perusahaan tersebut. Perusahaan pun dapat mengetahui tindakan apa yang tepat dalam menangani pelanggan-pelanggannya.
2. Perusahaan perlu memperlakukan pelanggan dengan berbeda sesuai dengan perilaku pelanggan. Perusahaan akan mengetahui setiap pelanggannya membutuhkan biaya yang berbeda dalam melayaninya, oleh

karena itu perusahaan dapat melakukan tindakan yang tepat terhadap pelanggan-pelangganya, Abe Konveksi dapat memberikan diskon bila diperlukan kepada pelanggan-pelanggan yang memberikan laba yang tinggi pada perusahaan, selain itu Abe Konveksi juga harus dapat mempertahankan kualitas dari produk yang dihasilkan atau bahkan meningkatkan kualitas produk agar pelanggan Abe Konveksi tetap membeli pada Abe, dan pelanggan baru pun turut membeli produk Abe. Untuk pelanggan yang memberikan laba yang tidak terlalu besar pada perusahaan, perusahaan sebaiknya dapat mengurangi biaya dalam melayani pelanggan tersebut.

Demikianlah saran-saran yang dapat penulis berikan kepada Abe Konveksi, semoga saran-saran tersebut dapat berguna dalam meningkatkan laba operasi Abe Konveksi.

## Daftar Pustaka

Blocher. (2010). *Cost Management: A Strategic Emphasis 5th Edition*. New York: Mc Graw-Hill.

Hornngren, Charles T., Srikant M. Datar, and Madhav Rajan.(2012).*A Cost Accounting: Managerial Emphasis14th ed*. New Jersey: PEARSON.

Hansen&Mowen. (2007). *Managerial Accounting 8th edition*. USA: Thomson South-Western.

Kaplan, R., & Cooper, R. (1997). *Cost&Effect*. Boston: HBS Press.

Sekaran, U., & Bougie, R. 2013.*Research Methods for Business*. United Kingdom. John Wiley & Sons Ltd.

Kieso, D.E Jerry J Weygand, Terry D. Warfield (2014). *Second Edition. Intermediate Accounting volume 1*. United States of America: John Wiley&Sons,Inc.

<http://ilmuakuntansi.web.id/definisi-activity-based-costing/>

<https://akuntansiterapan.com/2014/02/17/activity-based-costing/>

<http://www.pelajaran.co.id/2017/08/pengertian-pelanggan-menurut-para-ahli-jenis-jenis-pelanggan-dan-contohnya.html#greenberg-2010>

Nasution.(2001).*Manajemen Terpadu=Total Quality Management*. Jakarta. Ghalia.