

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, didapatkan kesimpulan yang menjawab masing-masing rumusan masalah sebagai berikut:

1. Dari hasil wawancara dengan pihak Kafe PK, diketahui bahwa pihak Kafe PK mengeluarkan dua jenis biaya, yaitu biaya bahan baku dan biaya selain biaya bahan baku. Dalam mengidentifikasi biaya-biaya apa saja yang terdapat pada kafe, pihak Kafe PK belum memasukkan biaya penyusutan. Hal ini menyebabkan perhitungan biaya produk menjadi *undercosted* sebesar Rp746.111,00 dan perhitungan biaya pelanggan menjadi *undercosted* sebesar Rp1.745.139,00. Biaya produk dan biaya pelanggan yang *undercosted* ini akan mengakibatkan kesalahan pengambilan keputusan, misalnya penetapan harga jual yang terlalu rendah. Akibatnya Kafe PK dapat mengalami kerugian.
2. Biaya-biaya yang terdapat pada Kafe PK dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis, yaitu biaya bahan baku, biaya produksi tidak langsung, *selling expenses*, dan *administrative expenses*. Biaya-biaya tersebut kemudian ada yang dibebankan ke produk dan ada yang dibebankan ke pelanggan. Biaya yang dibebankan ke produk adalah biaya bahan baku, biaya produksi tidak langsung dan *administrative expenses* sedangkan biaya yang dibebankan ke pelanggan adalah *selling expenses*.
3. Biaya tidak langsung sulit dibebankan ke produk dan ke pelanggan. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu sistem pembebanan biaya yang akurat, yaitu sistem ABC. Penulis memilih sistem ABC karena biaya tidak langsung dalam Kafe PK cukup signifikan, yaitu sebesar 43% dari total biaya bahan baku dan biaya tidak langsung, serta banyak *cost driver* yang bukan merupakan *unit-level*. Dengan menggunakan sistem ABC, terdapat empat jenis aktivitas yang ada pada Kafe PK, yaitu aktivitas melayani pelanggan (*customer batch-level costs*), aktivitas pembuatan makanan (*batch-level costs*), aktivitas pembuatan minuman (*batch-level costs*), dan aktivitas

pengadministrasian dan pengoperasionalan lain (*output unit-level costs*). *Cost driver* yang digunakan untuk masing-masing aktivitas adalah *customer order*, waktu pembuatan makanan, waktu pembuatan minuman, dan unit makanan dan minuman. Biaya dari aktivitas untuk melayani pelanggan akan dialokasikan untuk perhitungan biaya pelanggan, sedangkan biaya dari aktivitas pembuatan makanan, pembuatan minuman, serta pengadministrasian dan pengoperasionalan lain akan dialokasikan untuk perhitungan biaya produk.

4. Cara perhitungan biaya produk didapatkan dari total biaya bahan baku dan biaya selain biaya bahan baku. Besarnya biaya produk menurut Kafe PK adalah sebesar 70% dari harga jual (35% biaya bahan baku dan 35% biaya selain biaya bahan baku). Penetapan biaya produk ini pun masih kurang tepat karena tidak semua produk memiliki biaya produk sebesar 70% dari harga jual (produk mengonsumsi biaya bahan baku dan biaya tidak langsung yang berbeda-beda). Menurut penulis, biaya produk yang dihitung oleh pihak Kafe PK *overcosted* karena Kafe PK membebankan semua biaya dalam menghitung biaya produk (termasuk biaya pelanggan). Perhitungan biaya pelanggan tidak dapat dihitung untuk masing-masing produk. Biaya pelanggan ini dapat dihitung untuk per *customer order*. Biaya pelanggan Kafe PK cukup besar, yaitu sebesar 37%. Dari hasil simulasi *customer order*, didapatkan kesimpulan bahwa perusahaan akan semakin untung bila dalam sekali *customer order* terdapat pelanggan dalam jumlah yang banyak dan pesanan dalam jumlah yang banyak.
5. Peranan alokasi biaya tidak langsung dalam perhitungan biaya produk dan biaya pelanggan adalah untuk pengambilan keputusan untuk meningkatkan laba pada Kafe PK. Pihak Kafe PK belum membebankan biaya tidak langsung dengan tepat sehingga perhitungan biaya produk belum tepat dan tidak ada perhitungan biaya pelanggannya. Oleh karena itu, Kafe PK belum memahami tentang peranan alokasi biaya tidak langsung dalam perhitungan biaya produk dan biaya pelanggan untuk meningkatkan laba. Peranan alokasi biaya tidak langsung dalam perhitungan biaya produk dan biaya pelanggan sangat penting. Misalnya dalam gaji barista, tidak semua gaji

barista masuk ke dalam perhitungan biaya produk, melainkan ada yang masuk ke dalam perhitungan biaya pelanggan. Apabila dimasukkan semua ke dalam biaya produk maka perhitungan biaya produk akan menjadi salah dan dapat menyebabkan kesalahan pengambilan keputusan. Bila Kafe PK dapat membebankan biaya tidak langsung secara tepat, maka Kafe PK dapat mengetahui besar dari masing-masing biaya produk dan biaya pelanggan. Total perhitungan biaya produk dari keenam jenis makanan dan minuman yang diambil penulis adalah Rp59.787,00 yang terdiri dari biaya bahan baku sebesar Rp30.756,00 dan biaya selain biaya bahan baku (biaya tidak langsung) sebesar Rp29.031,00. Persentase biaya selain biaya bahan baku (biaya tidak langsung) terhadap total biaya produk adalah sebesar 49%. Sedangkan besar biaya tidak langsung dalam biaya pelanggan adalah 100% dari total biaya pelanggan. Kemudian besar biaya tidak langsung secara keseluruhan adalah Rp14.976.144,00 dan besar biaya bahan bakunya sebesar Rp16.000.000,00. Hal ini menunjukkan persentase biaya tidak langsung terhadap total keseluruhan biaya yang terjadi dalam Kafe PK adalah 48%. Dengan mengetahui alokasi biaya tidak langsung ke biaya produk dan biaya pelanggan, diharapkan dapat membantu Kafe PK mengambil keputusan untuk meningkatkan laba.

## 5.2. Saran

Dalam mengidentifikasi biaya, pihak Kafe PK sebaiknya memasukkan biaya penyusutan. Apabila biaya penyusutan tidak dimasukkan, maka akan terjadi *undercosted* dalam perhitungan biaya produk dan biaya pelanggan. Kemudian, penulis juga menyarankan agar pengalokasian biaya tidak langsung menggunakan sistem ABC. Sistem ini menghasilkan perhitungan yang lebih akurat karena sistem ABC mengalokasikan biaya tidak langsung berdasarkan aktivitas-aktivitas (lebih banyak *cost driver*-nya). Perhitungan biaya yang lebih akurat ini akan memudahkan Kafe PK mengambil suatu keputusan yang tepat untuk meningkatkan laba.

Dari hasil pengalokasian biaya, diketahui bahwa biaya pelanggan Kafe PK cukup besar, yaitu sebesar 37%. Penulis menyarankan agar Kafe PK dapat mengefisiensikan biaya tersebut, misalnya mengurangi unsur biaya pelanggan yang

cukup besar. Pengalokasian biaya dengan sistem ABC menunjukkan bahwa biaya pemasaran merupakan salah satu unsur biaya yang mempunyai nilai yang cukup besar dalam biaya pelanggan. Apabila biaya pemasaran tidak dapat dikurangi, Kafe PK harus meningkatkan jumlah pengunjung. Penulis menyarankan untuk mengubah strategi pemasaran, misalnya dengan mengadakan *event* nonton bareng sepakbola atau memberikan promo kepada pelanggan, seperti pelanggan yang membeli lima minuman akan mendapatkan gratis satu minuman.

Promo serta *event* yang diadakan bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan, sehingga pelanggan yang datang ke kafe akan menjadi semakin banyak. Hal ini bertujuan untuk menekan biaya pelanggan. Dari hasil simulasi pelanggan, diketahui bahwa kafe akan semakin untung bila pelanggan yang dilayani dalam satu *customer order* semakin banyak (pesanan juga harus banyak). Oleh karena itu, strategi memberikan promo atau mengadakan *event* cocok diterapkan untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang pada akhirnya menyebabkan turunnya biaya pelanggan dan meningkatkan pendapatan serta laba perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Datar, Srikant M. dan Madhav V. Rajan. (2018). *Hornngren's Cost Accounting A Managerial Emphasis 16th Edition*. United States of America: Pearson.
- Drury, Colin. (2012). *Management and Cost Accounting Eighth Edition*. Canada: Nelson Education Ltd.
- Garrison, Ray H., Eric W. Noreen, dan Peter C. Brewer. (2015). *Managerial Accounting*. New York: McGraw-Hill.
- Guan, Liming, Don R. Hansen, dan Maryanne M. (2009). *Cost Management*. South Western: Cengage Learning.
- Hansen, Don R. dan Maryanne M. Mowen. (2007). *Managerial Accounting, Eighth Edition*. United States of America: Thompson South Western.
- Hilton, Ronald W dan David E. Platt. (2015). *Managerial Accounting: Creating Value in a Dynamic Business Environment*. Singapore: McGraw-Hill.
- Kaplan, Robert S. dan Anthony A. Atkinson. (1998). *Advanced Management Accounting*. United States of America: Prentice Hall, Inc.
- Kaplan, Robert S. dan Robin Cooper. (1998). *Cost & Effect: Using Integrated Cost Systems to Drive Profitability and Performance*. Boston: Harvard Business School Press.
- Lanen, William, Shannon W. Anderson, dan Michael W. Maher. (2014). *Fundamentals of Cost Accounting, Fourth Edition*. McGraw-Hill.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2016). *Research Methods for Business: a Skill-Building Approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Williams, Jan R., dkk. (2012). *Financial and Managerial Accounting: The Basis for Business Decisions*. New York: McGraw-Hill.