

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian di 5758 Coffee Lab yang terdapat pada bab 4, analisa yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produk menggunakan *Activity Based Costing System* dibandingkan dengan *Traditional Costing System* yang selama ini digunakan oleh 5758 Coffee Lab serta peranannya dalam menetapkan harga jual. Berikut adalah kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian :

1. Klasifikasi biaya yang dilakukan 5758 Coffee Lab adalah dengan mengelompokkan biaya menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja yang terdiri dari gaji barista dan gaji bagian administrasi, serta biaya *overhead*. Sementara, cara pembebanan biaya tidak langsung yang dilakukan 5758 Coffee Lab adalah dengan membagi total biaya tidak langsung dengan jumlah unit yang diproduksi. Kemudian hasil biaya *overhead per unit* ini dibebankan secara merata keseluruhan produk. Hal ini yang menyebabkan kesalahan pembebanan biaya karena tidak semua produk mengkonsumsi biaya *overhead* yang terjadi.
2. Selama ini, komponen perhitungan harga pokok produk menurut perusahaan terdiri dari biaya bahan baku langsung dan biaya lain-lain. Di dalam biaya lain-lain ini terdapat biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* yang keseluruhan biayanya dibebankan ke produk minuman yang dijual. Pembebanan biaya ini tidak akurat karena di dalam biaya lain-lain ini terdapat biaya yang seharusnya pembebanannya didasarkan pada konsumsi biaya sumber daya yang muncul dari aktivitas pembuatan tiap-tiap produk.
3. Penerapan ABC pada perhitungan harga pokok produk di 5758 Coffee Lab dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu :
 - a. Menentukan *cost object* yang terdapat di 5758 Coffee Lab, dalam kasus ini adalah produk minuman kopi (cappuccino, café latte, espresso kocok dan ice latte).
 - b. Melakukan identifikasi biaya-biaya yang terjadi kemudian mengelompokkan

biaya tersebut menjadi biaya langsung dan biaya tidak langsung. Dari identifikasi biaya yang dilakukan, terdapat 2 biaya yang tergolong ke dalam biaya langsung yaitu biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja yang terdiri dari gaji 2 orang barista. Sedangkan biaya tidak langsung terdiri dari 9 biaya, rincian biayanya dapat dilihat pada tabel di bab 4.

- c. Identifikasi aktivitas. Aktivitas produksi minuman kopi di 5758 Coffee Lab terdiri dari 8 aktivitas, dimulai dari aktivitas penginputan pesanan dan transaksi pembayaran sampai aktivitas pemesanan bahan baku pada supplier.
- d. Biaya tidak langsung ini dihitung untuk masa produksi selama 1 bulan beroperasi atau 24 hari kerja yang terdiri dari 14 jam kerja per hari. Biaya-biaya tidak langsung ini dapat digunakan oleh lebih dari satu aktivitas, sehingga untuk membebankan biaya tidak langsung ini ke aktivitas perlu digunakan *resource cost driver*. Pembebanan biaya kepada tiap-tiap aktivitas ini berdasarkan rata-rata konsumsi sumber daya oleh masing-masing aktivitas yang disajikan dalam bentuk persen oleh penulis. Pembebanan ini disebut juga pembebanan tahap pertama pada ABC dan sebagai hasilnya nanti akan diperoleh total biaya dari masing-masing aktivitas tersebut.
- e. Pada tahap ini penulis menentukan *activity cost driver* untuk membebankan biaya dari setiap aktivitas ke *final cost object*. Dasar alokasi ini diperoleh setelah penulis melakukan penentuan *cost hierarchy* dari setiap aktivitas di 5758 Coffee Lab.
- f. Setelah mengetahui *cost driver* masing-masing aktivitas, maka langkah selanjutnya penulis menghitung tarif untuk setiap aktivitas tersebut yang biasa disebut *activity rates*.
- g. Tarif yang telah diperoleh ini akan digunakan untuk membebankan biaya produk tidak langsung ke masing-masing produk minuman kopi. Pembebanan ini disebut pembebanan tahap 2 dalam ABC sistem. Tarif untuk setiap aktivitas tadi akan dibebankan sesuai dengan pemicu biaya dari aktivitas yang bersangkutan.

4. Peranan *Activity Based Costing System* sebagai sistem atau metode pembebanan biaya produksi tidak langsung akan menghasilkan perhitungan harga pokok produk yang lebih akurat. Hal ini dikarenakan ABC tidak hanya menghitung biaya saja

tetapi mengalokasikan dan membebankan biaya tidak langsung yang ada, kemudian biaya-biaya tersebut dibebankan ke aktivitas-aktivitas yang terjadi sesuai dengan sumber daya yang digunakan oleh masing-masing aktivitas. Lalu kemudian dihitung besaran tarif sesuai dasar alokasinya dan kemudian baru dibebankan kepada *final cost object*, yaitu produk minuman kopi *cappuccino*, *café latte*, espresso kocok dan *ice latte*. 5758 Coffee Lab selama ini menetapkan harga jualnya berdasarkan harga di pasaran yaitu menggunakan metode *market-based pricing*. Pemilik hanya mengestimasi harga yang dianggap wajar dari setiap menu dan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan kompetitornya. Oleh karena itu, penulis memberi alternatif penetapan harga jual dengan menggunakan metode *cost-based pricing* dengan *mark up* sebesar 30% yang diharapkan dapat memberikan keuntungan lebih bagi perusahaan.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang baik bagi 5758 Coffee Lab, yaitu :

1. 5758 Coffee Lab diharapkan dapat melakukan identifikasi dan klasifikasi atas biaya-biaya yang terjadi dengan lebih tepat sehingga perhitungan harga pokoknya akan menjadi lebih akurat.
2. 5758 Coffee Lab dapat menerapkan *Activity Based Costing System* dalam melakukan pembebanan biaya produksi tidak langsung. Walaupun pada awalnya terlihat sulit dan merepotkan, tetapi dengan ABC nantinya perusahaan akan memperoleh informasi perhitungan biaya yang lebih akurat. Informasi biaya ini dapat menjadi salah satu faktor dalam pengambilan keputusan terkait penetapan harga jual. Oleh karena itu sebaiknya perhitungan harga pokok produk dilakukan dengan menggunakan ABC agar hasilnya akurat.
3. Terkait penetapan harga jual sebaiknya perusahaan menetapkan harga jualnya berdasarkan *cost-based pricing*. Sebab penetapan harga jual dengan metode *market-based* lebih cocok diterapkan pada perusahaan yang telah beroperasi cukup lama dan juga sudah memiliki banyak pelanggan tetap. Selain itu juga dalam metode *cost-based pricing*, perusahaan dapat menentukan besaran *mark up* yang sesuai dengan keinginan perusahaan dalam upaya memperoleh besarnya keuntungan yang diperoleh

dari setiap produk yang dijualnya.

4. Perusahaan sebaiknya mencari cara untuk mulai mempromosikan kegiatan usahanya agar berdampak baik bagi perusahaan. Salah satunya dengan melalui iklan di media sosial seperti *Instagram Ads*, *Facebook Ads*, *Search Engine Optimization (SEO)* agar perusahaan menjadi lebih dikenal dan diharapkan jumlah pengunjungnya meningkat sehingga nantinya akan berdampak pada kenaikan penjualannya. Sebab dengan metode ABC, semakin banyak jumlah aktivitas per bulan dikarenakan permintaan volume produksi yang meningkat maka secara otomatis akan meningkatkan jumlah *activity cost driver* yang nantinya dapat menghasilkan *activity rates* yang lebih rendah. Sehingga nanti dalam menghitung harga pokok produknya, biaya tidak langsung yang dibebankan ke setiap produk akan menjadi lebih rendah. Sehingga bila kedepannya perusahaan sudah memiliki banyak pelanggan dan produksi minuman kopi yang dihasilkan setiap bulannya semakin meningkat, maka keuntungan yang diperoleh perusahaan akan semakin besar dan biaya produksi tidak langsung yang dibebankan akan menurun jumlahnya.

Daftar Pustaka

- Anggadini, S., & Suhayati, E. (2009). *Akuntansi Keuangan*. Bandung: Graha Ilmu.
- Blocher, D., Stout, D., Juras, P., & Cokins, G. (2015). *Cost Management A Strategic Empahsis 7th Edition*. London: McGraw Hill Higher Education.
- Bodnar, G. H., & Hopwood, W. S. (2010). *Accounting Information System 10th edition*. United States Of America: Pearson Education Inc.
- Carter, W. K., & Usry, M. F. (2012). *Cost Accounting*. Cincinnati, Ohio: Dame / Thomson Learning.
- Guan, L. (2009). *Cost Management, Edisi 6*. USA: South- Western Cengage Learning.
- Hansen, D., & Mowen, M. (2007). *Management Accounting 8th Edition*. Mason: Thomson South-Western.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2015). *Cost Accounting*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Juniman, P. T. (2017, January 18). *Gaya Hidup Masyarakat Menjadikan Bisnis Kuliner Menjanjikan*. Retrieved from CNN Indonesia Web site: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170118121405-262-187137/gaya-hidup-masyarakat-menjadikan-bisnis-kuliner-menjanjikan>
- Kamaruddin, A. (2013). *Akuntansi Manajemen : Dasar-Dasar Konsep Biaya Dan Pengambil Keputusan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kaplan, R., & Cooper, R. (1997). *Cost & Effect: Using Integrated Cost System to Drive Profitability and Performance*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing 13th Edition*. Pennsylvania State University: Prentice Hall .
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya cetakan ke-13*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN UGM.
- Rayburn, L. (1996). *Cost Accounting Using a Management Approach* . Jakarta: Erlangga .
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *7th Edition. Research Method for Business : A Skill Building Approach*. New York: John Wiley.