

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan pada perusahaan Karaoke X, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Karaoke X tidak melakukan perhitungan terhadap kos jasa sehingga dalam penentuan tarif jasa penyewaan ruang tidak berdasarkan perhitungan melainkan hanya berdasar pada kondisi di pasaran.
2. Karaoke X hanya mengelompokkan biaya menjadi dua, yaitu biaya pembelian barang dan biaya operasional. Pengelompokkan biaya dengan cara seperti ini kurang tepat karena perusahaan memasukkan biaya yang tidak berkaitan dengan jasa penyewaan ruang untuk menentukan keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk jasa penyewaan ruang oleh karaoke X.
3. Hasil perhitungan kos jasa menurut penulis dengan *conventional costing* adalah Rp 42.234,09 untuk seluruh tipe ruangan. Metoda ini meng-*assign* kos jasa tidak langsung dengan dasar jam ruang disewa saja, dengan kata lain kos jasa tidak langsung yang ada dibagi secara merata pada setiap ruang yang ada. Pada kenyataannya tidak semua kos berubah secara proporsional dengan jam ruang disewa. Ada beberapa kos yang tidak dipengaruhi oleh jam ruang disewa, tetapi

dipengaruhi oleh aktivitas/ kepentingannya, misalnya biaya keperluan rumah tangga, dan sebagainya. Sehingga apabila perusahaan menggunakan *conventional costing* menjadi kurang akurat karena tidak dapat mencerminkan konsumsi sumber daya yang sebenarnya diserap oleh suatu produk/jasa.

4. Perhitungan kos jasa berdasarkan metoda *activity based costing* memperlihatkan perbedaan dengan perhitungan kos produk berdasarkan *conventional costing*. Menurut ABC, kos jasa untuk ruangan *small* : Rp 13.010, *medium* : Rp 12.926,05, *large* : Rp 20.872,69, *deluxe* : Rp 27.022,28, VIP : Rp 54.452,52, VVIP : Rp 49.123, 64
5. Perbedaan kos jasa berdasarkan *conventional costing* dan *activity based costing* untuk ruang *small* adalah sebesar Rp 29.224,09, ruang medium adalah sebesar Rp 29.317,04, ruang *large* adalah Rp 21.361,40, ruang *deluxe* adalah sebesar Rp 15.211,81. Selama ini ruang *small*, *medium*, *large* dan *deluxe* dianggap mengkonsumsi sumber daya lebih besar dari yang sebenarnya (*overcosted*). Sedangkan untuk ruang VIP adalah sebesar Rp 12.218,43 dan ruang VVIP adalah sebesar Rp 6.889,55 justru dianggap mengkonsumsi sumber daya lebih rendah dari yang sebenarnya (*undercosted*). Hal ini dikarenakan ruang tersebut menuntut aktivitas yang mengkonsumsi sumber daya yang tinggi. *Assignment* kos produksi tidak langsung secara merata akhirnya dapat menimbulkan terjadinya *overcosted* and *undercosted* pada seluruh produk/jasa.
6. Pembebanan biaya tidak langsung dengan menggunakan *activity-based costing system* dapat menghasilkan perhitungan kos dan tarif yang berbeda dibandingkan

yang telah ditetapkan perusahaan maupun yang penulis hitung. Perhitungan kos jasa menggunakan *activity-based costing system* dapat memperlakukan biaya tidak langsung dengan tepat, sehingga menghasilkan perhitungan kos yang tepat pula. Dengan perhitungan kos jasa yang tepat dan penetapan *mark-up* yang tepat, perusahaan dapat menetapkan tarif jasa dengan tepat.

7. Kelemahan dalam penelitian ini adalah penulis meng-*assign* hampir seluruh kos-kos yang ada kepada aktivitas dengan metode *allocation* sehingga keakuratan penelitian ini tidak dapat dimaksimalkan, karena untuk mengaplikasikan metoda *Activity-Based Costing* (ABC) yang baik dan benar memerlukan banyak waktu dan biaya yang cukup besar.

Hasil perhitungan kos jasa yang lebih akurat melalui ABC dapat membantu manajemen mengambil keputusan penentuan tarif dengan lebih akurat. Melalui hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa ABC berguna sebagai alat bantu manajemen untuk menghasilkan perhitungan kos jasa yang akurat sebagai dasar penentuan tarif jasa penyewaan ruang.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah penulis uraikan sebelumnya, penulis mencoba memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat. Adapun saran penulis adalah sebagai berikut:

1. Dasar alokasi yang digunakan sebaiknya adalah dasar alokasi yang memicu pertambahan biaya. Perusahaan sebaiknya memilih dasar alokasi dengan kriteria

cause and effect agar biaya dapat dibebankan ke jasa penyewaan ruang sesuai dengan jumlah yang dikonsumsi.

2. Untuk menghasilkan perhitungan kos jasa yang tepat, sebaiknya perusahaan menggunakan *activity-based costing system* dalam membebankan biaya tidak langsung pada produknya. Perhitungan kos jasa yang tepat mengacu pada perhitungan tarif sewa yang tepat juga. Dengan penetapan tarif yang tepat, perusahaan dapat bersaing dengan kompetitornya sehingga dapat terus mempertahankan dan mengembangkan usahanya.
3. Jika Karaoke X akan menerapkan sistem biaya berdasarkan aktivitas, harus mempertimbangkan keuntungan yang didapat jika dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan karena dalam menerapkan sistem biaya berdasarkan aktivitas membutuhkan keterlibatan para pekerja yang membutuhkan pelatihan khusus agar dapat memahami mengenai sistem biaya berdasarkan aktivitas.
4. Melalui penelitian, ditemukan bahwa manajemen belum mengelola kapasitas menganggur dari jasa penyewaan ruang karaoke. Tingkat kapasitas menganggur dari jasa penyewaan ruang berkisar dari 61,77% - 83,23%. Tingkat kapasitas menganggur yang cukup tinggi tersebut perlu diwaspadai supaya Karaoke X dapat mencapai *break even point* untuk menutup biaya yang terjadi. Pembebanan dengan dasar *allocation* jam ruang disewa aktual tidak tepat digunakan ketika terdapat kapasitas. Kapasitas aktual yang menjadi dasar *allocation* dari biaya tidak langsung lebih kecil dari *practical capacity*. Hal ini menyebabkan biaya dibebankan lebih besar dari yang seharusnya atau terjadi *overcosted*. Bila hal ini

dibiarkan akan terjadi *death spiral*, yaitu penurunan penjualan yang berakibat pada semakin besarnya biaya yang dibebankan ke jasa penyewaan ruang. Oleh karena itu manajemen perusahaan sebaiknya mempertimbangkan, mengelola, dan mengawasi tingkat kapasitas menganggur dari jasa penyewaan ruang. Salah satunya adalah dengan menyusun strategi penjualan untuk meningkatkan tingkat pemakaian kapasitas yang ada. Strategi penjualan misalnya : pemberian diskon pada jam-jam tertentu, penambahan aktivitas promosi, peningkatan kualitas pelayanan dari pegawai, peningkatan kualitas jasa, dan lain sebagainya.

5. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mengamati aktivitas perusahaan dengan lebih teliti agar hasil yang diperoleh dapat lebih akurat dari penelitian sebelumnya.