

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang tertuang pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan *Activity-Based Costing*, perusahaan dapat menentukan biaya pada tiap-tiap aktivitas dan dapat mempermudah dalam mengalokasikan biaya produksi tidak langsung untuk tiap-tiap aktivitas. Hal yang harus dilakukan untuk membebankan biaya produksi tidak langsung ke kelompok aktivitas adalah dengan cara mengidentifikasi aktivitas-aktivitas yang terjadi pada CV Kharisma Advertising. Setelah mengetahui aktivitas-aktivitas yang terjadi, maka selanjutnya akan dibentuklah *activity cost pools*, yakni sekelompok aktivitas yang memiliki karakteristik yang sama, dalam hal ini aktivitas yang mempunyai *cost driver* yang homogen. Aktivitas diatas akan dikelompokkan kepada 5 *activity cost pools*. Pengelompokkan pada tiap-tiap *activity cost pools* berdasarkan dari *cost driver* masing-masing aktivitas yang bersifat homogen.
2. Untuk mendapatkan tarif biaya tidak langsung untuk setiap aktivitas, hal yang pertama kali harus dilakukan adalah membebankan biaya produksi tidak langsung ke kelompok aktivitas, yang kedua melakukan pembebanan biaya aktivitas kepada produk. Tahap selanjutnya adalah penentuan *cost hierarchy* yang berguna untuk memudahkan dalam menentukan *activity cost driver* dan yang tahapan terakhir

adalah menggunakan *activity rates* untuk mendapatkan tarif biaya produksi tidak langsung untuk setiap aktivitas.

3. Perhitungan biaya produksi tidak langsung pada produk baju kaos didapat dari perkalian tarif biaya produksi tidak langsung dengan jumlah aktivitas yang terjadi untuk menghasilkan produk baju kaos, yakni sebesar Rp 66.044.892.
4. Perhitungan biaya produksi tidak langsung pada produk baju kaos didapat dari perkalian tarif biaya produksi tidak langsung dengan jumlah aktivitas yang terjadi untuk menghasilkan produk kemeja, yakni sebesar Rp 35.753.751.
5. Metode *Activity-Based Costing* memberikan peranan sebagai alat bantu manajemen untuk menghasilkan harga pokok produk yang lebih akurat untuk produk baju kaos sebesar Rp 44.775 dan untuk produk kemeja sebesar Rp 44.810. Dengan metode ini dapat ditelusuri pembebanan biaya produksi tidak langsung pada produk, sehingga perusahaan dapat mengetahui seberapa besar biaya yang dikonsumsi oleh masing-masing kelompok aktivitas yang berhubungan dengan biaya produk tidak langsung.

## 5.2 Saran

Berikut ini merupakan beberapa saran yang diajukan peneliti berdasarkan dari kesimpulan diatas yang diharapkan dapat membantu CV Kharisma Advertising untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan, yakni:

1. Sebaiknya perusahaan mengidentifikasi aktivitas-aktivitas yang terjadi berhubungan dengan kegiatan produksi sehingga dapat diketahui biaya-biaya yang dikeluarkan untuk masing-masing aktivitas tersebut. Setelah melakukan

identifikasi, perusahaan sebaiknya mengelompokkan masing-masing aktivitas tersebut berdasarkan *cost driver* yang sejenis. Dengan melakukan identifikasi dan pengelompokkan aktivitas tersebut maka diperoleh informasi mengenai aktivitas-aktivitas apa saja yang memberikan nilai tambah bagi produk dan aktivitas apa saja yang perlu diperbaiki yang pada akhirnya akan menciptakan efisiensi pada kegiatan produksi.

2. Sebaiknya perusahaan menerapkan *Activity-Based Costing* untuk membebankan biaya produksi tidak langsung pada produk. Dengan menggunakan metode tersebut maka akan diketahui seberapa besar biaya produksi tidak langsung yang di konsumsi oleh masing-masing kelompok aktivitas yang pada akhirnya akan dibebankan terhadap produk baju katun sehingga akan dihasilkan harga pokok produk yang lebih akurat pula. Dengan adanya ketepatan perhitungan harga pokok produk maka akan mempengaruhi ketepatan harga jual dan diharapkan akan memberikan keunggulan kompetitif terhadap perusahaan.