

Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Activity Based Costing (Studi Kasus pada PT Beautinesia Media Nusantara)

Retno Reno Fati Salam¹
Nureni Wijayati²

Universitas Indonesia^{1,2}
retnofatisalam@gmail.com¹; nurenijayati@ui.ac.id²

ABSTRACT. *This research is used to examine in depth the application of the ABC system in purchasing HPP PT Beautinesia Media Nusantara products. Data collection techniques consist of observation, documentation and interviews. Results of the research are 1) Calculation of HPP at PT. Beautynesia Media Nusantara 2020 uses the traditional method using a single tariff. Comparison of the results of HPP calculations using the traditional method with the ABC method in 2020, namely: (1) Advertorial Service Articles, the traditional HPP method is 1.18% lower than the ABC method; (2) Social Media Management Services, the traditional HPP method is 19.86% lower than the ABC method; (3) KOL Service Management, the traditional HPP method is 2.72% higher than the ABC method; (4) Event Management Services, the traditional HPP method is 51.08% lower than the ABC method; (5) Production Management Services, the traditional HPP method is 21.88% lower than the ABC method; (6) Banner services, the traditional HPP method is 3.59% lower than the ABC method; and (7) Other Services, the traditional HPP method is 2.59% higher than ABC method.*

Keywords: *Activity Based Costing, Cost of goods sold, System ABC*

Pendahuluan

Banyak strategi yang dapat dilakukan untuk menarik konsumen agar memilih produk yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan atau unit usaha. Perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas, harga yang sesuai dengan target pasar, serta pelayanan yang baik untuk dapat menciptakan pertumbuhan penjualan produk dengan baik. Hal utama yang mampu menarik pasar yaitu harga yang menyesuaikan kualitas produknya. Sehingga diperlukan perhitungan HPP yang tepat yang memberi keuntungan bagi perusahaan (Rahmaji, 2013). Strategi penentuan harga yang tepat ini diperlukan manajemen perusahaan dalam membentuk harga produk yang kompetitif untuk ditawarkan kepada pasar (Devina, 2016).

Tidak dapat dipungkiri bahwa keputusan konsumen untuk memutuskan beli atau tidaknya suatu barang juga sangat bergantung dengan kelayakan harga dalam suatu produk. Jika produk dengan kualitas sama lebih tinggi harganya dibandingkan dengan produk yang lain. Maka konsumen akan memilih produk yang lain tersebut. Namun jika harga yang ditentukan sudah tepat maka konsumen pasti akan melirik kepada produk perusahaan tersebut.

Salah satu metode dalam perhitungan HPP yaitu dengan sistem ABC, yang perhitungannya dengan menentukan HPP suatu produk berdasarkan biaya setiap aktivitas mengeluarkan suatu produk

yang perhitungannya terukur sebagai *cost driver* (pemicu biaya). Penggunaan sistem ini menjadikan perhitungan HPP dapat lebih akurat. Sistem penetapan biaya berbasis aktivitas tersebut merupakan sistem akuntansi yang memfokuskan kegiatan dalam mengkonsumsi sumber daya untuk menghasilkan suatu produk. (Husted *et al.*, 2018).

Metode ABC sangat cocok penerapannya pada berbagai lini bisnis atau usaha. Penerapan ini disesuaikan dengan berbagai macam aktivitas yang kemudian akan berdampak terhadap kinerja perusahaan yang terlihat pada laporan laba rugi bagaimana perusahaan tersebut berhasil atau rugi dalam menjalankan operasionalnya (Musdholifah, 2018).

Sejauh ini penelitian yang membahas terkait Metode ABC sebanyak 1.410.000 penelitian. Namun mengenai Metode ABC dalam perusahaan jasa khususnya media masih terbatas. Penelitian Zheng & Abu (2019) menjelaskan metode ABC yang diterapkan di lingkungan agrikultur untuk mendapatkan informasi biaya aktual dan aktivitas biaya yang tepat untuk setiap aktivitas yang terlibat dalam perkebunan kelapa sawit agar profitabilitas dapat lebih akurat. Penelitian Zamrud & Abu (2020) yang membandingkan metodologi ABC dengan TDABC di industri elektronik melalui alokasi biaya, penentuan driver, tindakan yang diambil untuk aktivitas tambahan, pertimbangan biaya untuk implementasi, pembangunan sistem, pembaruan

sistem, informasi yang diberikan dari masing-masing metode, transparansi, estimasi biaya yang berlebihan, diferensiasi tingkat layanan, penyederhanaan kegiatan dan perkiraan kapasitas dan perencanaan waktu yang digunakan. TDABC mampu menggambarkan transparansi lebih baik dari ABC dalam menunjukkan durasi waktu kegiatan dalam industri.

Penelitian Alsayegh (2020) menjelaskan penerapan sistem ABC di negara maju ataupun di negara berkembang yang memberikan hasil penelitian dari pengguna sistem ABC lebih banyak di negara maju ketimbang negara berkembang. Implementasinya penetapan HPP dengan sistem ABC perhitungannya lebih baik dari metode tradisional yang hasilnya dapat meningkatkan profitabilitas dan daya saing perusahaan, menunjang transparansi biaya yang berimplikasi pada perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan. Namun evaluasi dari terkendalanya penerapan sistem ABC dikarenakan budaya dan organisasi.

Selanjutnya penelitian Tsai (2018) yang menjelaskan metode ABC memungkinkan manajemen biaya lebih efektif karena adanya klasifikasi biaya perusahaan yang berguna untuk mendeteksi pengurangan biaya yang bisa ditekan pengeluarannya dan penghapusan aktivitas NVA. Metode ABC apabila diterapkan akan berdampak secara optimal dan mengarahkan produktif kapasitas terhadap produk yang menghemat biaya lingkungan, mengubah, memodifikasi atau mendesain ulang produksi sistem dari sudut pandang biaya lingkungan dan kualitas.

Penelitian ini hendak dilakukan pada PT. Beautinesia Media Nusantara yang berdiri sejak 2016 di Jakarta. Beautynesia ini bergerak di bidang digital marketing dalam mengelola bisnis dengan digital marketing seperti influencer management, manajemen sosial media, e-commerce management, digital advertisement, event management dan produksi video. Beautynesia juga didukung oleh medianya sendiri seperti Beautynesia.id, Mommyassia.id yang menjadi bagian dari digital media nomor satu di Indonesia yaitu Detik Network. Perusahaan Beautynesia memiliki strategi yang baik dalam mempromosikan bisnisnya. Hal ini dapat dilihat dari media-media besar yang sudah berhasil dikelola oleh perusahaan Beautynesia seperti TransTV, Trans7, detiknetwork dan lain-lain. Perusahaan ini juga sudah berhasil masuk dalam produk-produk yang terkenal di Indonesia seperti Wardah, PIXY, Biore, Indomilk, Nokia, Samsung dan lain-lain (Beautynesia.id, 2022).

Sejauh ini perusahaan Beautynesia belum menggunakan standar yang pasti dalam penentuan HPP, sehingga tidak ada ketidakjelasan laba bersih dalam kegiatan bisnisnya. PT. Beautinesia Media Nusantara bergerak di bidang pemasaran yang sangat membutuhkan sistem perhitungan HPP yang tepat guna memperjelas berapa biaya dalam kegiatan bisnisnya. Hal tersebut seperti dijelaskan oleh Supriyono (2013) beberapa keuntungan penerapan *Activity Based Costing* diantaranya 1) penentuan HPP yang lebih akurat, 2) peningkatan kualitas pengambilan keputusan, 3) peningkatan dalam perencanaan strategis.

Rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana cara menentukan HPP perusahaan digital media di PT. Beautinesia Media Nusantara?
2. Bagaimana menentukan HPP di perusahaan digital media berdasarkan Metode ABC pada Perusahaan digital media di PT. Beautinesia Media Nusantara?

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan cara menentukan HPP di PT. Beautinesia Media Nusantara dan cara menentukan HPP di perusahaan digital media berdasarkan Metode ABC di PT. Beautinesia Media Nusantara.

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi PT. Beautinesia Media Nusantara, menjadi bahan masukan akan manfaat dan metode penerapan sistem ABC dalam penentuan HPP, sehingga menjadi alternatif perhitungan dalam mengeluarkan biaya produksi. Bagi akademisi, diharapkan menambah pengetahuan tentang alokasi biaya dengan metode ABC dan informasi bagi penelitian selanjutnya. Bagi praktisi, diharapkan menjadi pertimbangan saat pengambilan keputusan tentang penentuan HPP agar lebih efektif.

Studi ini disusun dalam 2 (dua) bagian yang menguraikan mengenai tinjauan pustaka dan landasan teoretis. Bagian 3 menguraikan pengumpulan data dan proses analisis penelitian. Bagian 4 menjelaskan bukti, dan terakhir, Bagian 5 berisi bagian penutup.

2. Literature Review

2.1. Studi Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan sistem ABC adalah:

1. Penelitian Ratih (2018) menganalisis penerapan ABC pada perusahaan media digital printing sangat membantu perusahaan menemukan HPP yang berpotensi meningkatkan profitabilitas.

2. Penelitian Mursalin (2019) tentang penerapan metode ABC dalam Penentuan Tarif Jasa Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Hasanuddin Damrah Bengkulu Selatan memberikan pengaruh lebih baik pada keuntungan yang dapat diperoleh karena alokasi biaya yang tepat.
3. Penelitian Zheng & Abu (2019) menjelaskan metode ABC yang diterapkan di lingkungan agrikultur untuk mendapatkan informasi biaya aktual dan aktivitas biaya yang tepat untuk setiap aktivitas yang terlibat dalam perkebunan kelapa sawit agar profitabilitas dapat lebih akurat.
4. Penelitian Zamrud & Abu (2020) yang membandingkan metodologi ABC dengan TDABC di industri elektronik yang menunjukkan TDABC mampu menggambarkan transparansi lebih baik dari ABC dalam menunjukkan durasi waktu kegiatan dalam industri.
5. Penelitian Alsayegh (2020) menjelaskan metode ABC umumnya lebih banyak digunakan di negara maju dibandingkan dengan negara berkembang. Manfaat menggunakan metode ABC penetapan harga pokok suatu produk dapat lebih baik yang meningkatkan profitabilitas dan daya saing perusahaan, menunjang transparansi biaya yang berimplikasi pada perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan. Namun kesulitan penerapan sistem ABC karena masalah budaya dan organisasi.
6. Penelitian Taslim (2021) meneliti tentang harga jual kamar dengan metode ABC pada hotel garden palace menunjukkan hasil bahwa penentuan metode ABC dapat menentukan harga kamar hotel dengan lebih akurat daripada metode tradisional sebelumnya yang dipakai.
7. Penelitian Tsai (2018) yang menjelaskan metode ABC yang mengklasifikasikan biaya memungkinkan pengelolaan untuk mendeteksi peluang pengurangan biaya dan penghapusan aktivitas NVA yang dapat digunakan di manajemen biaya. Metode ABC apabila diterapkan akan berdampak secara optimal dan mengarahkan produktif kapasitas terhadap produk yang menghemat biaya lingkungan dan mengubah, memodifikasi atau mendesain ulang produksi sistem dari sudut pandang biaya lingkungan dan kualitas.

Sedangkan keterbaruan penelitian ini adalah subjek penelitiannya adalah PT. Beautinesia Media Nusantara yang berdiri sejak

2016 di Jakarta yang bergerak di bidang digital marketing yang fokus menyediakan jasa dalam mengelola bisnis dengan digital marketing seperti *influencer management*, manajemen sosial media, *e-commerce management*, *digital advertisement*, *event management* dan produksi video. Beautynesia juga didukung oleh medianya sendiri seperti Beautynesia.id, Mommyassia.id yang menjadi bagian dari digital media nomor satu di Indonesia yaitu Detik Network. Dimana sejauh ini perusahaan Beautynesia masih belum memiliki standar pasti dalam menentukan harga pokok produksi sehingga masih memiliki ketidakjelasan keuntungan yang dapat diperoleh dalam kegiatan bisnisnya.

2.2. Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi (2014), akuntansi biaya adalah sistem informasi yang menghasilkan informasi biaya dan informasi operasional suatu perusahaan, yang berfungsi sebagai dasar pengukuran, analisis, pelaporan, dan pengambilan keputusan. Menurut Mulyadi (2014), tujuan akuntansi biaya adalah untuk menentukan biaya produksi, mengendalikan biaya dan membuat keputusan yang konkret.

2.3. Biaya

Menurut Supriyono (2013), biaya adalah harga beli yang dikorbankan atau digunakan untuk menghasilkan pendapatan dan digunakan untuk mengurangi pendapatan. Rincian biaya: 1) klasifikasi biaya menurut pos pengeluaran 2) klasifikasi biaya menurut kegiatan utama perusahaan 3) klasifikasi biaya menurut hubungan antara biaya dan yang dibiayai 4) klasifikasi biaya menurut perilaku sehubungan dengan perubahan operasional Kekerasan. 5) Pengelompokan biaya menurut masa pelayanan.

2.4. Biaya Overhead

Biaya overhead adalah biaya yang bukan merupakan biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya overhead tidak mudah diidentifikasi atau dikaitkan dengan produk (Carter, 2009). Biaya overhead pabrik dibebankan ke dalam produk berdasarkan hasil kali tarif dengan dasar pembebanan pada produk (Horngren, dkk., 2013).

2.5. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah biaya manufaktur atau biaya pabrik (Asoka, 2020). HPP berfungsi sebagai dasar penentuan harga jual (Wiralestari et al., 2018). Sedangkan unsur-unsur

pokok HPP Jasa menurut Hansen & Mowen (2021) seperti pada Tabel 2.1.

Biaya Bahan Baku	XXX
Biaya Tenaga kerja langsung	XXX
Biaya Peralatan	XXX
Biaya Perlengkapan	XXX
Biaya Overhead	XXX
Biaya Administrasi	XXX
Biaya Pemasaran	XXX
Harga Pokok Produksi Jasa	XXX

Metode penentuan harga pokok produksi ada dua cara yaitu:

1. Metode *full costing*

Metode penentuan HPP yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam HPP (Badriah & Nurwanda, 2019).

2. Metode *variabel costing*

Metode ini adalah metode penentuan HPP yang memperhitungkan biaya produksi variabel kedalam HPP (Siswanti, 2016).

Penentuan HPP adalah pembebanan unsur biaya produksi terhadap produk yang dihasilkan dari suatu proses produksi, artinya penentuan biaya yang melekat pada barang jadi dan barang dalam proses. Metode penentuan harga pokok produksi ada dua cara yaitu (Aulia dkk, 2021):

1. Metode harga pokok pesanan

Metode harga pokok pesanan dipakai perusahaan yang produksinya bersifat pesanan setelah menerima pesanan dari pembeli.

2. Metode harga pokok proses

Metode harga pokok proses umumnya dipakai perusahaan yang produksinya terus-menerus.

2.6 Activity Based Costing System (Sistem ABC)

Hansen dan Mowen (2021) mendefinisikan sistem ABC dihitung berdasarkan aktivitas produksi. Carter dalam Polii, dkk (2021) menyatakan empat tingkatan yang umumnya diidentifikasi terdiri dari:

- 1) Tingkat unit biaya
- 2) Tingkat batch
- 3) Tingkat produk
- 4) Tingkat pabrik

Menurut Mulyadi (2017), keunggulan sistem ABC adalah:

1. Sistem ABC memperlakukan semua biaya sebagai biaya variabel, sehingga dapat digunakan sebagai alat perencanaan dan pembuat keputusan strategis
2. Sistem ABC merupakan sistem informasi yang powerful untuk meningkatkan kemampuan kinerja personel di setiap perusahaan
3. Sistem ABC merupakan penentuan biaya berbasis aktivitas yang sangat bermanfaat untuk mengurangi distorsi biaya

4. Sistem ABC merupakan sistem unggulan dikarenakan keakuratan dalam penghitungan biaya.

Kelemahan sistem ABC menurut Siregar (2017) yaitu:

1. Tidak semua biaya memiliki aktivitas atau pemicu konsumsi sumber daya yang sesuai.
2. Biaya produk atau jasa yang diidentifikasi oleh sistem ABC cenderung tidak memasukkan semua biaya yang terkait dengan produk atau jasa, seperti biaya untuk aktivitas pemasaran.
3. Besarnya biaya aplikasi dan lamanya proses implementasi.

Menurut Hansen dan Mowen (2021) proses penerapan ABC dalam penentuan HPP:

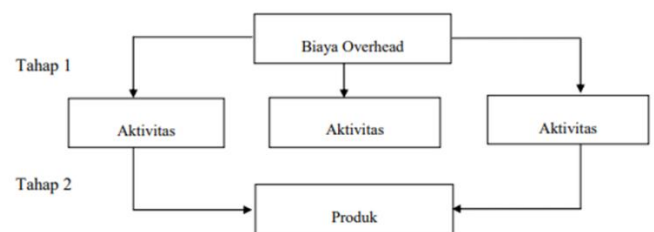
1. Membebankan biaya *overhead* ke dalam aktivitas yang terdiri dari:
 - a. Pengklasifikasian aktivitas
 - b. Mengklasifikasikan berbagai aktivitas
 - c. Mengidentifikasi Cost Driver
 - d. Menentukan tarif kelompok (pool rate) yang dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Tarif per unit cost driver} = \frac{\text{Jumlah Aktivitas}}{\text{Cost Driver}}$$

2. Kedua, setiap kelompok biaya *overheadnya* dibebankan kepada produk dihitung dengan rumus:

$$\text{BOP yang dibebankan} = \text{Tarif per unit cost driver} \times \text{cost driver yang digunakan}$$

Adapun prosedur pembebanan biaya *overhead* dengan ABC adalah:



Sumber: Rudianto (2013: 167)

3. Metodologi Penelitian

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan subjek penelitiannya PT. Beautinesia Media Nusantara yang bertujuan untuk mencari hubungan antar variabel (Cooper & Schindler, 2014).

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang dilakukan dengan analisis mengenai suatu kasus dan kemudian menganalisis individu atau peristiwa dalam penelitian untuk mendapatkan

pemahaman yang mendalam tentang objek penelitian (Dawson, dkk. 2021). Penelitian ini mengkaji secara mendalam tentang penerapan sistem ABC dalam penentuan HPP produk pada PT Beautinesia Media Nusantara. Sehingga desain penelitian sebagai berikut:

A. Prosedur tahap pertama

1. Mengidentifikasi aktivitas

Aktivitas dalam proses menghasilkan produk bidang digital marketing yang fokus menyediakan jasa dalam mengelola bisnis dengan digital marketing seperti influencer management, manajemen sosial media, e-commerce management, digital advertisement, event management dan produksi video.

2. Membebaskan biaya ke aktivitas

Biaya dalam proses produksi produk bidang digital marketing yang fokus menyediakan jasa dalam mengelola bisnis dengan digital marketing seperti influencer management, manajemen sosial media, e-commerce management, digital advertisement, event management dan produksi video. Selanjutnya harga pokok produksi dapat dihitung dengan menjumlahkan seluruh biaya yang digunakan.

3. Mengelompokkan aktivitas yang berkaitan untuk membentuk kumpulan yang sejenis agar membentuk kelompok biaya sejenis.

4. Menghitung tarif kelompok

$$\text{Tarif pool} = \frac{\text{BOP kelompok aktivitas tertent}}{\text{Driver biayanya}}$$

Sumber: Supriyono (2013)

B. Prosedur tahap kedua

BOP setiap kelompok aktivitas dilacak ke berbagai jenis produk dengan menggunakan tarif kelompok yang dikonsumsi oleh setiap produk yang dihitung dengan:

$$\text{Biaya Overhead Pabrik (BOP) dibebankan} = \text{Tarif kelompok} \times \text{Unit cost driver}$$

Sumber: Supriyono (2013)

Langkah selanjutnya adalah melakukan Perhitungan dan Penentuan HPP berdasarkan Sistem ABC pada produk PT Beautinesia Media Nusantara. Penelitian ini menginterpretasikan data yang telah di analisis tersebut dihubungkan dengan teori-teori yang telah ada kemudian baru diambil suatu kesimpulan sesuai fakta-fakta di lapangan tentang penerapan sistem ABC di PT Beautinesia Media Nusantara.

3.2 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Pengamatan (observasi)

Dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas produksi PT. Beautinesia Media Nusantara.

2. Dokumentasi

Dilakukan dengan mencari data mengenai variabel penelitian berupa laporan keuangan dari PT Beautinesia Media Nusantara. Data yang dikumpulkan meliputi biaya-biaya yang berpengaruh terhadap penentuan harga pokok produk pada PT Beautinesia Media Nusantara.

3. Wawancara (interview)

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan daftar pertanyaan terbuka yang terdiri dari pertanyaan utama serta pertanyaan lanjutan. Pertanyaan utama disusun guna menjawab pertanyaan penelitian serta menjelaskan fenomena permasalahan atas hasil analisis dokumen yang telah dilakukan sebelumnya. Sedangkan pertanyaan susulan dilakukan dengan melihat perkembangan proses wawancara guna mengelaborasi jawaban dari pertanyaan utama serta untuk menggali lebih jauh data dan informasi terkait topik penelitian. Wawancara akan dilakukan terhadap narasumber yang memiliki kapasitas pengetahuan, kemampuan serta pengalaman terkait penelitian, baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung. Narasumber penelitian diantaranya manajer atau wakil dari area fungsional PT Beautinesia Media Nusantara. Alasan pemilihan narasumber karena yang bersangkutan memiliki pengalaman dan pengetahuan tentang penentuan HPP menggunakan sistem ABC pada produk PT Beautinesia Media Nusantara.

3.3 Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian

Wawancara juga dilakukan untuk mengetahui lebih detail tentang perhitungan biaya aktivitas pada setiap level di PT Beautinesia Media Nusantara. Penyusunan instrumen penelitian berupa kisi-kisi wawancara dijabarkan dalam tabel 3.1.

Tabel 3.1

Daftar Kisi-Kisi Pertanyaan Wawancara

Pertanyaan Penelitian Narasumber	Narasumber
<p>Cara penentuan HPP di industri media PT. Beautinesia Media Nusantara</p> <p>a. Bagaimana sejarah berdirinya PT. Beautinesia Media Nusantara?</p> <p>b. Berapakah jumlah karyawan di PT. Beautinesia Media Nusantara?</p> <p>c. Apa saja produk yang diproduksi oleh PT. Beautinesia Media Nusantara?</p> <p>d. Berapa rata-rata jumlah jasa mengelola bisnis dengan digital marketing yang dihasilkan PT. Beautinesia Media Nusantara sekali produksi?</p>	<p>Manajer atau wakil dari area fungsional PT Beautinesia Media Nusantara.</p>

Pertanyaan Penelitian Narasumber	Narasumber
e. Berapa rata-rata jumlah jasa e-commerce management yang dihasilkan PT. Beautinesia Media Nusantara sekali produksi? f. Berapa rata-rata jumlah jasa event management yang dihasilkan PT. Beautinesia Media Nusantara sekali produksi? g. Berapa rata-rata jumlah jasa produksi video yang dihasilkan PT. Beautinesia Media Nusantara sekali produksi? h. Seberapa jauh jangkauan pasar dari PT. Beautinesia Media Nusantara? i. Bagaimana proses produksi jasa yang dihasilkan PT. Beautinesia Media Nusantara? j. Berapa unit produksi yang ada di PT. Beautinesia Media Nusantara? k. Berapakah biaya bahan baku yang dikeluarkan PT. Beautinesia Media Nusantara untuk setiap jenis produk? (produk jasa e-commerce management, event management dan produksi video?) l. Dari manakah PT. Beautinesia Media Nusantara memperoleh pasokan bahan baku? m. Berapakah biaya tenaga kerja pada PT. Beautinesia Media Nusantara? n. Berapa lama jam kerja yang berlaku di PT. Beautinesia Media Nusantara? o. Apa saja biaya <i>overhead</i> pada PT. Beautinesia Media Nusantara? p. Berapakah biaya <i>overhead</i> yang dikeluarkan PT. Beautinesia Media Nusantara? Penentuan HPP yang tepat berdasarkan Metode ABC di PT. Beautinesia Media Nusantara a. Pendekatan apa dalam menghitung HPP di PT. Beautinesia Media Nusantara? b. Bagaimana penentuan HPP di PT. Beautinesia Media Nusantara? c. Apa saja aktivitas dasar di PT. Beautinesia Media Nusantara? d. Apa saja <i>cost driver</i> dari aktivitas-aktivitas tersebut? e. Apa saja hambatan Activity Based Costing (ABC)?	

Sumber: Diolah peneliti (2023)

Analisis data

Setelah melakukan wawancara terhadap narasumber terpilih selanjutnya dilakukan pengolahan data hasil wawancara untuk dapat memberi pemahaman atas informasi dari narasumber atas masalah yang diteliti guna menjawab pertanyaan penelitian. Penulis menganalisis hasil wawancara dengan cara melakukan transkripsi wawancara. Setelah itu, membaca hasil wawancara kemudian mendeskripsikan serta mencocokkan ke dalam kerangka konseptual yang telah dibuat sebelumnya. Hasil wawancara yang tidak relevan akan dieliminasi sedangkan hasil wawancara yang masih bersifat umum dan belum memberikan jawaban secara jelas terhadap pertanyaan penelitian akan dijadikan dasar pertanyaan wawancara bagi pihak narasumber berikutnya (Sugiyono, 2016). Data yang

telah terkumpul tentang cara penentuan harga pokok produksi pada perusahaan digital media di PT. Beautinesia Media Nusantara dan penentuan HPP di perusahaan digital media berdasarkan metode ABC pada perusahaan digital media di PT. Beautinesia Media Nusantara akan dianalisis secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain dan dapat ditarik kesimpulannya.

Hasil dan Pembahasan

a) Hasil Penelitian

Gambaran Umum PT Beautynesia Media Nusantara berdasarkan observasi adalah perusahaan pemasaran digital yang merupakan bagian dari CT Corp yang diketuai oleh - Chairul Tanjung, Ketua CT Corp. Perusahaan ini berbasis di Jakarta Selatan. Layanan yang ditawarkan oleh PT Beautynesia Media Nusantara adalah menyelesaikan masalah bisnis dengan pemasaran digital, termasuk manajemen influencer, manajemen media sosial, manajemen e-commerce, iklan digital, membuat video marketing, dan membuat website perusahaan, manajemen pemasaran dengan media sosial. PT Beautynesia Media Nusantara didirikan pada Bulan Juli 2015 dengan modal awal Rp 46.080.000.000. Kini jumlah karyawannya sekitar 131 orang.

Sedangkan hasil temuan penelitian berdasarkan wawancara adalah:

1. Cara Penentuan HPP pada PT. Beutinesia Media Nusantara

Wawancara dilakukan pada Bapak Takuji Yoshida selaku *Chief Executive Officer* (CEO) di PT. Beutinesia Media Nusantara. Wawancara dilaksanakan pada tanggal 10 April 2023 yang bertempat di kantor PT. Beutinesia Media Nusantara. PT. Beutinesia Media Nusantara didirikan pada bulan Juli tahun 2015 dan beralamat di Jakarta Selatan. Beutinesia merupakan bagian dari portal media Detik dan di bawah Transmedia Group. Beutinesia didirikan sebagai start-up media wanita yang paling cepat berkembang. Beutinesia memiliki visi menjadi platform media terdepan yang menulis soal *trend*, gaya hidup, *fashion*, *influencer* serta isu-isu sosial perempuan. Kami ingin mewakili semua perempuan, menjadi inklusif tanpa pandangan menghakimi, membuat semua perempuan merasa terwakili, didengar, dan berdaya. Sampai saat ini jumlah karyawan di Beuninesia sekitar 131 orang karyawan yang tebagi kedalam beberapa divisi.

Untuk saat ini kategorisasi produk atau jasa yang ditawarkan PT. Beutinesia Media Nusantara

dibagi menjadi 7 kategori, yaitu Jasa *Advertorial Article*, Jasa *Social Media Management*, Jasa *Key Opinion Leader (KOL) Management*, Jasa *Event Management*, Jasa *Production Management*, Jasa *Banner* dan *Others Service*. Jumlah *project* maupun pendapatan yang diperoleh dari tiap jenis jasa pada PT. Beutinesia Media Nusantara tentu sangat bervariasi dan tidak pernah sama setiap tahunnya. Untuk jasa *Advertorial Article* jumlah *project* sekitar 20 – 30 *project* dengan pendapatan sekitar 1 – 1,5 miliar per tahun. Untuk jasa *Social Media Management*, jumlah *project* yang dikerjakan PT. Beutinesia Media Nusantara sekitar 3 – 10 *project* dengan pendapatan sekitar 500 – 800 juta per tahun. *KOL Management* ini merupakan jasa dengan jumlah *project* terbanyak sekaligus penyumbang pendapatan terbesar bagi PT. Beutinesia Media Nusantara. Jumlah *project* yang dikerjakan mencapai 100 – 200 *project* dengan pendapatan \geq 10 miliar per tahun. Untuk jasa *Event Management*, jumlah *project* yang dikerjakan PT. Beutinesia Media Nusantara tidak banyak yaitu sekitar 2 – 5 *project* dengan pendapatan sekitar 100 – 300 juta per tahun. Untuk jasa *Production Management*, jumlah *project* yang dikerjakan PT. Beutinesia Media Nusantara sekitar 5 – 10 *project* dengan pendapatan sekitar 100 – 200 juta per tahun. Untuk jasa *Banner*, jumlah *project* yang dikerjakan PT. Beutinesia Media Nusantara cukup banyak yaitu sekitar 20 – 50 *project* dengan pendapatan sekitar 1 – 2 miliar per tahun. Untuk jasa *Others Service* ini merupakan jasa lainnya selain enam jasa utama pada PT. Beutinesia Media Nusantara yang disebutkan tadi. *Others service* ini disesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan klien, seperti *market research*, *social media placement*, *strategic planning*, dll. Jumlah *project* yang dikerjakan cukup banyak yaitu sekitar 50 – 80 *project* dengan pendapatan sekitar 3 – 5 miliar per tahun.

PT. Beutinesia Media Nusantara tentu mampu menjangkau pasar hingga seluruh wilayah di Indonesia, dibantu juga dengan jaringan yang luas seperti detik.com, TransTV, Trans7 dan jaringan Transmedia Group lainnya. Namun berdasarkan data terbaru, *audience* Beutinesia menurut umur paling banyak berusia antara 25 – 34 tahun. Sedangkan menurut *gender* atau jenis kelamin tentu sesuai segmentasinya mayoritas *audience* Beutinesia adalah kalangan perempuan. Jam kerja yang berlaku di PT. Beutinesia Media Nusantara secara umum sama dengan jam kerja kantoran pada umumnya 7 – 8 jam per hari atau sekitar 40 jam per minggu. Namun ada juga karyawan yang bekerja lembur terutama jika harus mengejar *deadline project* yang

semakin dekat, dan mereka yang lembur pastinya diberikan tambahan upah lembur yang sesuai.

Biaya bahan baku atau biaya utama yang dikeluarkan tentu sangat fluktuatif setiap tahunnya tergantung jumlah *project* dan jenis jasa yang dikerjakan. Rata-rata jumlah total biaya utama yang dikeluarkan perusahaan sekitar 8 – 12 miliar pertahun. Untuk rincian biaya utama setiap jenis jasa bisa ditanyakan pada bagian keuangan perusahaan. Biaya tenaga kerja atau beban gaji karyawan yang dikeluarkan PT. Beutinesia Media Nusantara juga cukup fluktuatif setiap tahunnya, tergantung jumlah *project* dan jenis jasa yang dikerjakan. Namun rata-rata beban gaji karyawan yang dikeluarkan perusahaan sekitar 9 – 12 miliar per tahun. Biaya yang termasuk Biaya *Overhead* Pabrik (BOP) pada PT. Beutinesia Media Nusantara antara lain: biaya atau beban karyawan, beban operasional & administratif, beban pemasaran, beban pengembangan web, beban sewa bangunan, beban pemeliharaan bangunan, beban penyusutan, beban pajak, dan biaya lainnya. Untuk Biaya *Overhead* Pabrik (BOP) yang dikeluarkan PT. Beutinesia Media Nusantara juga cukup fluktuatif setiap tahunnya, tergantung jumlah *project* dan jenis jasa yang dikerjakan. Namun rata-rata BOP yang dikeluarkan perusahaan sekitar 12 – 15 miliar per tahun.

2. Cara Penentuan HPP Berdasarkan Metode ABC pada PT. Beutinesia Media Nusantara

Saat ini, PT. Beutinesia Media Nusantara menggunakan metode tradisional dalam menentukan HPP, sesuai dengan kesepakatan dan persetujuan seluruh pihak manajemen perusahaan. Jenis pemicu biaya atau *cost driver* yang digunakan dalam penentuan HPP dengan satu *cost driver* yaitu jumlah hari kerja. Untuk saat ini, perusahaan belum menggunakan metode ABC dalam menentukan HPP. Namun pihak manajemen memahami prosedur penentuan HPP menggunakan metode ABC tersebut. Hambatan sebenarnya tidak ada hambatan yang berarti apabila menggunakan metode ABC dalam penentuan HPP. Namun pihak manajemen memiliki pandangan bahwa tidak instan mengganti metode tradisional menjadi metode ABC. Metode ABC juga dianggap membutuhkan proses yang rumit dan memakan waktu yang lebih dalam mempersiapkan data hingga perhitungan. Selain itu juga dibutuhkan kecermatan dalam penentuan *cost driver* serta tarif *cost driver* yang bervariasi, dan berbagai kerumitan lainnya dibandingkan metode tradisional yang lebih *simple*.

Data penelitian bersumber dari Laporan Keuangan Tahun 2020. Adapun data jumlah *project* dan biaya-

biaya yang dikeluarkan pada PT. Beautinesia Media Nusantara tahun 2020 dapat dirincikan sebagai berikut.

Data Jumlah *Project* yang Dikerjakan

Tabel 5.1

Rekapitulasi Jumlah *Project* dan Jumlah Hari Kerja pada PT. Beautinesia Media Nusantara Tahun 2020

No	Jenis Jasa	Jumlah <i>Project</i>	Jumlah Hari Kerja	Rata-Rata Hari Kerja Per <i>Project</i>
1	<i>Advertorial Article</i>	27	1.154	42,74
2	<i>Social Media Management</i>	4	246	61,50
3	<i>KOL Management</i>	132	6.179	46,81
4	<i>Event Management</i>	2	123	61,50
5	<i>Production Management</i>	5	664	132,80
6	<i>Banner</i>	31	924	29,81
7	<i>Others Service</i>	65	3.043	46,82
Jumlah Total		266	12.333	46,36

Sumber: PT. Beautinesia Media Nusantara (2023)

Berdasarkan perhitungan, bahwa PT. Beautinesia Media Nusantara tahun 2020 memiliki jumlah total *project* sebanyak 266 dan jumlah hari kerja total sebanyak 12.333 hari dengan rata-rata durasi atau hari kerja yang berbeda-beda pada setiap jenis jasa, yaitu paling singkat sekitar 29 hari kerja dan paling lama sebanyak 132 hari kerja per *project*.

Data Jumlah *Project* yang Dikerjakan

Tabel 5.2

Rekapitulasi Jumlah Pendapatan dan Jumlah

No	Jenis Jasa	Pendapatan	Biaya Utama
1	<i>Advertorial Article</i>	Rp 1.242.900.000,00	Rp 450.600.000,00
2	<i>Social Media Management</i>	Rp 627.325.000,00	Rp 225.416.665,67
3	<i>KOL Management</i>	Rp 10.343.964.457,00	Rp 5.657.367.250,00
4	<i>Event Management</i>	Rp 192.500.000,00	Rp 84.000.000,00
5	<i>Production Management</i>	Rp 115.000.000,00	Rp 48.000.000,00
6	<i>Banner</i>	Rp 1.345.176.243,00	Rp 830.708.411,00
7	<i>Others Service</i>	Rp 3.982.053.029,00	Rp 1.340.496.580,00
Jumlah Total		Rp 17.848.918.729,00	Rp 8.636.588.906,67

Biaya Utama pada PT. Beautinesia Media Nusantara Tahun 2020

Sumber: PT. Beautinesia Media Nusantara (2023)
Berdasarkan perhitungan, PT. Beautinesia Media Nusantara pada tahun 2020 memiliki jumlah total pendapatan sebanyak Rp 17.848.918.729,00 dan jumlah total biaya utama sebanyak Rp 8.636.588.906,67.

Data Biaya *Overhead* Pabrik (BOP)

Tabel 5.3

Rekapitulasi Jumlah BOP pada PT. Beautinesia Media Nusantara Tahun 2020

No	Item BOP	Jumlah Biaya
----	----------	--------------

No	Item BOP	Jumlah Biaya
1	Beban Karyawan	Rp 9.269.804.245,18
2	Beban Operasional & Administratif	Rp 430.680.216,00
3	Beban Pemasaran	Rp 104.218.404,00
4	Beban Pengembangan Web	Rp 1.342.369.254,43
5	Beban Sewa Bangunan	Rp 44.440.000,00
6	Beban Pemeliharaan Bangunan	Rp 14.086.400,00
7	Beban Penyusutan	Rp 694.093.825,23
8	Beban Lainnya	Rp 133.383.834,70
9	Beban Pajak	Rp 45.244.651,00
Jumlah Total BOP		Rp 12.078.320.830,53

Sumber: PT. Beautinesia Media Nusantara (2023)

Berdasarkan perhitungan, PT. Beautinesia Media Nusantara tahun 2020 memiliki jumlah total Biaya *Overhead* Pabrik (BOP) sebanyak Rp 12.078.320.830,53 dari 9 jenis item BOP.

Adapun perhitungan HPP menggunakan metode tradisional secara umum memiliki dua tahapan utama yang akan diuraikan sebagai berikut.

a. Tahap Pertama: Menghitung Tarif BOP

Tahap pertama dalam menghitung HPP menggunakan metode tradisional adalah menghitung tarif BOP yang dibebankan pada keseluruhan lini produksi menggunakan dasar pembebanan biaya berupa jumlah hari kerja. Perhitungan tarif tunggal BOP dilakukan dengan rumus.

$$\begin{aligned} \text{Tarif BOP} &= \frac{\text{Jumlah Total BOP}}{\text{Jumlah Total Hari Kerja}} \\ &= \frac{\text{Rp } 12.078.320.830,53}{12.333 \text{ hari}} \\ &= \text{Rp } 979.349,78 / \text{hari} \end{aligned}$$

Tahap Kedua: Menghitung HPP dengan Metode Tradisional

Tahap kedua yaitu seluruh BOP dibebankan ke seluruh jenis jasa dengan cara mengalikan tarif BOP tersebut dengan jumlah hari kerja yang dibutuhkan dalam pengerjaan masing-masing jenis jasa, kemudian dibagi dengan jumlah *project*. Adapun perhitungan HPP dengan metode tradisional pada setiap jasa di PT. Beautinesia Media Nusantara akan diuraikan sebagai berikut.

HPP Jasa *Advertorial Article* dengan Metode Tradisional

Tabel 5.4
Perhitungan HPP dengan Metode Tradisional untuk Jasa *Advertorial Article* pada PT. Beautinesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Total Biaya	Jumlah <i>Project</i>	Biaya Per <i>Project</i>
Biaya utama	Rp 450.600.000,00	27	Rp 16.688.888,89
Tarif BOP × Jumlah hari kerja (Rp 979.349,78 × 1.154 hari)	Rp 1.130.169.646,12	27	Rp 41.858.135,04
Harga Pokok Produksi (HPP) Per <i>Project</i>			Rp 58.547.023,93

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa

Advertorial Article pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 menggunakan metode tradisional adalah sebesar **Rp 58.547.023,93** per *project*.

HPP Jasa *Social Media Management* dengan Metode Tradisional

Tabel 5.5
Perhitungan HPP dengan Metode Tradisional untuk Jasa *Social Media Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Total Biaya	Jumlah Project	Biaya Per Project
Biaya utama	Rp 225.416.665,67	4	56.354
Tarif BOP × Jumlah hari kerja (Rp 979.349,78 × 246 hari)	Rp 240.920.045,88	4	60.230
Harga Pokok Produksi (HPP) Per Project			Rp1

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa Harga Pokok Produksi (HPP) untuk Jasa *Social Media Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 menggunakan metode tradisional adalah sebesar **Rp 116.584.177,89** per *project*.

HPP Jasa *KOL Management* dengan Metode Tradisional

Tabel 5.6
Perhitungan HPP dengan Metode Tradisional untuk Jasa *KOL Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Total Biaya	Jumlah Project	Biaya Per Project
Biaya utama	Rp 5.657.367.250,00	132	Rp 42.858.842,80
Tarif BOP × Jumlah hari kerja (Rp 979.349,78 × 6.179 hari)	Rp 6.051.402.290,62	132	Rp 45.843.956,75
Harga Pokok Produksi (HPP) Per Project			Rp 88.702.799,55

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa *KOL Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 menggunakan metode tradisional adalah sebesar **Rp 88.702.799,55** per *project*.

HPP Jasa *Event Management* dengan Metode Tradisional

Tabel 5.7
Perhitungan HPP dengan Metode Tradisional untuk Jasa *Event Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Total Biaya	Jumlah Project	Biaya Per Project
Biaya utama	Rp 84.000.000,00	2	Rp 42.000.000,00
Tarif BOP × Jumlah hari kerja (Rp 979.349,78 × 123 hari)	Rp 120.460.022,94	2	Rp 60.230.011,47
Harga Pokok Produksi (HPP) Per Project			Rp 102.230.011,47

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa *Event Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 menggunakan metode tradisional adalah sebesar **Rp 102.230.011,47** per *project*.

HPP Jasa *Production Management* Menggunakan Metode Tradisional

Tabel 5.4
Perhitungan HPP dengan Metode Tradisional untuk Jasa *Production Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Total Biaya	Jumlah Project	Biaya Per Project
Biaya utama	Rp 48.000.000,00	5	Rp 9.600.000,00
Tarif BOP × Jumlah hari kerja (Rp 979.349,78 × 664 hari)	Rp 650.288.253,92	5	Rp 130.057.650,78
Harga Pokok Produksi (HPP) Per Project			Rp 139.657.650,78

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa *Production Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 menggunakan metode tradisional adalah sebesar **Rp 139.657.650,78** per *project*.

HPP Jasa *Banner* Menggunakan Metode Tradisional

Tabel 5.5
Perhitungan HPP dengan Metode Tradisional untuk Jasa *Banner* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Total Biaya	Jumlah Project	Biaya Per Project
Biaya utama	Rp 830.708.411,00	31	Rp 26.797.045,52
Tarif BOP × Jumlah hari kerja (Rp 979.349,78 × 924 hari)	Rp 904.919.196,72	31	Rp 29.190.941,83
Harga Pokok Produksi (HPP) Per Project			Rp 55.987.987,35

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa *Banner* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 menggunakan metode tradisional adalah sebesar **Rp 55.987.987,35** per *project*.

HPP Jasa *Others Service* Menggunakan Metode Tradisional

Tabel 5.6
Perhitungan HPP dengan Metode Tradisional untuk Jasa *Others Service* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Total Biaya	Jumlah Project	Biaya Per Project
Biaya utama	Rp 1.340.496.580,00	65	Rp 20.623.024,31
Tarif BOP × Jumlah hari kerja (Rp 979.349,78 × 3.043 hari)	Rp 2.980.161.380,54	65	Rp 45.848.636,62
Harga Pokok Produksi (HPP) Per Project			Rp 66.471.660,93

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa *Others Service* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 menggunakan metode tradisional adalah sebesar **Rp 66.471.660,93** per *project*.

Pembahasan

Penentuan HPP DENGAN Metode ABC pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahap Pertama: Menentukan Pemicu Biaya (*Cost Driver*)

Tabel 5.7

Daftar *Cost Driver* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

No	Jenis Jasa	<i>Cost Driver</i>		
		Jumlah Project (Unit)	Jumlah Hari Kerja (Hari)	Luas Bangunan (m ²)
1	Advertorial Article	27	1.154	50,64
2	Social Media Management	4	246	72,87
3	KOL Management	132	6.179	55,47
4	Event Management	2	123	72,87
5	Production Management	5	664	157,36
6	Banner	31	924	35,32
7	Others Service	65	3.043	55,47
Jumlah Total		266	12.333	500,00

Sumber: PT. Beautynesia Media Nusantara (2023)

Tahap Kedua: Menentukan Kelompok Biaya yang Homogen

Tabel 5.8

Daftar *Cost Pool* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Biaya Overhead Pabrik (BOP)	<i>Cost Pool</i>	<i>Cost Driver</i>
Beban Pemasaran	<i>Pool 1</i>	Jumlah Project
Beban Pengembangan Web		
Beban Lainnya		
Beban Karyawan	<i>Pool 2</i>	Jumlah Hari Kerja
Beban Operasional & Administratif		
Beban Sewa Bangunan	<i>Pool 3</i>	Luas Bangunan
Beban Pemeliharaan Bangunan		
Beban Penyusutan		
Beban Pajak		

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Tahap Ketiga: Menentukan Tarif Kelompok

Tabel 5.9

Tarif Kelompok 1 (*Pool Rate 1*) pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Biaya Overhead Pabrik (BOP)	Jumlah Biaya	Total <i>Cost Pool 1</i>	Jumlah Project (Unit)	<i>Pool Rate 1</i>
Beban Pemasaran	Rp 104.218.404,00	Rp1.579.971.493,13	266	Rp 5.939.742,46
Beban Pengembangan Web	Rp1.342.369.254,43			
Beban Lainnya	Rp 133.383.834,70			

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, tarif kelompok 1 pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 adalah sebesar **Rp 5.939.742,46**. Selanjutnya hasil

perhitungan tarif kelompok 2 (*pool rate 2*) dapat diamati dalam tabel 5.14 berikut.

Tabel 5.10

Tarif Kelompok 2 (*Pool Rate 2*) pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Biaya Overhead Pabrik (BOP)	Jumlah Biaya	Total <i>Cost Pool 2</i>	Jumlah Hari Kerja	<i>Pool Rate 2</i>
Beban Karyawan	Rp9.269.804.245,18	Rp9.700.484.461,18	12.333	Rp 786.547,03
Beban Operasional & Administratif	Rp 430.680.216,00			

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, tarif kelompok 2 pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 adalah sebesar **Rp 786.547,03**. Selanjutnya hasil perhitungan tarif kelompok 3 dapat diamati dalam tabel 5.15 berikut.

Tabel 5.11

Tarif Kelompok 3 (*Pool Rate 3*) pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Biaya Overhead Pabrik (BOP)	Jumlah Biaya	Total <i>Cost Pool 3</i>	Luas (m ²)	<i>Pool Rate 3</i>
Beban Sewa Bangunan	Rp 44.440.000,00	Rp 797.864.876,23	500	Rp 1.595.729,75
Beban Pemeliharaan Bangunan	Rp 14.086.400,00			
Beban Penyusutan	Rp 694.093.825,23			
Beban Pajak	Rp 45.244.651,00			

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, tarif kelompok 3 (*pool rate 3*) pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 adalah sebesar **Rp 1.595.729,75**.

Tahap Keempat: Menghitung HPP dengan Metode ABC

HPP Jasa *Advertorial Article* Menggunakan Metode ABC

Tabel 5.12

Perhitungan HPP dengan Metode ABC untuk Jasa *Advertorial Article* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Jumlah Biaya	Jumlah Project	HPP Per Project
Biaya utama	Rp 450.600.000,00	27	Rp 59.239.113,84
BOP <i>Cost Pool 1</i> (Rp5.939.742,46 x 27 Unit)	Rp 160.373.046,42		
BOP <i>Cost Pool 2</i> (Rp 786.547,03 x 1.154 Hari)	Rp 907.675.272,62		
BOP <i>Cost Pool 3</i> (Rp1.595.729,75 x 50,64 m ²)	Rp 80.807.754,54		
Total Biaya	Rp 1.599.456.073,58		

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa *Advertorial Article* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 menggunakan metode *Activity Based Costing* (ABC) adalah sebesar **Rp 59.239.113,84** per *project*.

HPP Jasa *Social Media Management* Menggunakan Metode ABC

Tabel 5.13

Perhitungan HPP dengan Metode ABC untuk Jasa *Social Media Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Jumlah Biaya	Jumlah Project	HPP Per Project
Biaya utama	Rp 225.416.665,67	4	Rp 139.736.757,94
BOP <i>Cost Pool</i> 1 (Rp5.939.742,46 x 4 Unit)	Rp 23.758.969,84		
BOP <i>Cost Pool</i> 2 (Rp 786.547,03 x 246 Hari)	Rp 193.490.569,38		
BOP <i>Cost Pool</i> 3 (Rp1.595.729,75 x 72,87 m2)	Rp 116.280.826,88		
Total Biaya	Rp 558.947.031,77		

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa *Social Media Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 menggunakan metode ABC adalah sebesar **Rp 139.736.757,94** per *project*.

HPP Jasa *KOL Management* Menggunakan Metode ABC

Tabel 5.14

Perhitungan HPP dengan Metode ABC untuk Jasa *KOL Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Jumlah Biaya	Jumlah Project	HPP Per Project
Biaya utama	Rp 5.657.367.250,00	132	Rp 86.287.897,59
BOP <i>Cost Pool</i> 1 (Rp5.939.742,46 x 132 Unit)	Rp 784.046.004,72		
BOP <i>Cost Pool</i> 2 (Rp 786.547,03 x 6.179 Hari)	Rp 4.860.074.098,37		
BOP <i>Cost Pool</i> 3 (Rp1.595.729,75 x 55,47 m2)	Rp 88.515.129,23		
Total Biaya	Rp11.390.002.482,32		

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa *KOL Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 dengan metode ABC sebesar **Rp 86.287.897,59** per *project*.

HPP Jasa *Event Management* Menggunakan Metode ABC

Tabel 5.15

Perhitungan HPP dengan Metode ABC untuk Jasa *Event Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Jumlah Biaya	Jumlah Project	HPP Per Project
Biaya utama	Rp 225.416.665,67	2	Rp 154.452.798,25
BOP <i>Cost Pool</i> 1 (Rp5.939.742,46 x 2 Unit)	Rp 11.879.484,92		
BOP <i>Cost Pool</i> 2 (Rp 786.547,03 x 123 Hari)	Rp 96.745.284,69		
BOP <i>Cost Pool</i> 3 (Rp1.595.729,75 x 72,87 m2)	Rp 116.280.826,88		
Total Biaya	Rp 308.905.596,49		

Jenis Biaya/Beban	Jumlah Biaya	Jumlah Project	HPP Per Project
Biaya utama	Rp 84.000.000,00	2	Rp 154.452.798,25
BOP <i>Cost Pool</i> 1 (Rp5.939.742,46 x 2 Unit)	Rp 11.879.484,92		
BOP <i>Cost Pool</i> 2 (Rp 786.547,03 x 123 Hari)	Rp 96.745.284,69		
BOP <i>Cost Pool</i> 3 (Rp1.595.729,75 x 72,87 m2)	Rp 116.280.826,88		
Total Biaya	Rp 308.905.596,49		

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa *Event Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 menggunakan metode ABC sebesar **Rp 154.452.798,25** per *project*.

HPP Jasa *Production Management* Menggunakan Metode ABC

Tabel 5.16

Perhitungan HPP dengan Metode ABC untuk Jasa *Production Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Jumlah Biaya	Jumlah Project	HPP Per Project
Biaya utama	Rp 48.000.000,00	5	Rp 170.213.994,74
BOP <i>Cost Pool</i> 1 (Rp5.939.742,46 x 5 Unit)	Rp 29.698.712,30		
BOP <i>Cost Pool</i> 2 (Rp 786.547,03 x 664 Hari)	Rp 522.267.227,92		
BOP <i>Cost Pool</i> 3 (Rp1.595.729,75 x 157,36 m2)	Rp 251.104.033,46		
Total Biaya	Rp 851.069.973,68		

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa *Production Management* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 dengan metode ABC sebesar **Rp 170.213.994,74** per *project*.

HPP Jasa *Banner* Menggunakan Metode ABC

Tabel 5.17

Perhitungan HPP dengan Metode ABC untuk Jasa *Banner* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Jumlah Biaya	Jumlah Project	HPP Per Project
Biaya utama	Rp 830.708.411,00	31	Rp 57.999.066,38
BOP <i>Cost Pool</i> 1 (Rp5.939.742,46 x 31 Unit)	Rp 184.132.016,26		
BOP <i>Cost Pool</i> 2 (Rp 786.547,03 x 924 Hari)	Rp 726.769.455,72		
BOP <i>Cost Pool</i> 3 (Rp1.595.729,75 x 35,32 m2)	Rp 56.361.174,77		
Total Biaya	Rp 1.797.971.057,75		

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa *Banner* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 menggunakan metode ABC sebesar **Rp 57.999.066,38** per *project*.

HPP Jasa *Others Service* Menggunakan Metode ABC

Tabel 5.18
Perhitungan HPP dengan Metode ABC untuk Jasa *Others Service* pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

Jenis Biaya/Beban	Jumlah Biaya	Jumlah Project	HPP Per Project
Biaya utama	Rp 1.340.496.580,00	65	Rp 64.747.039,71
BOP <i>Cost Pool</i> 1 (Rp5.939.742,46 x 65 Unit)	Rp 386.083.259,90		
BOP <i>Cost Pool</i> 2 (Rp 786.547,03 x 3,043 Hari)	Rp 2.393.462.612,29		
BOP <i>Cost Pool</i> 3 (Rp1.595.729,75 x 55,47 m2)	Rp 88.515.129,23		
Total Biaya	Rp 4.208.557.581,42		

Sumber: Hasil Perhitungan (2023)

Berdasarkan perhitungan, HPP untuk Jasa *Others Service* pada PT. Beautynesia Media Nusantara tahun 2020 menggunakan metode ABC sebesar **Rp 64.747.039,71** per *project*.

Untuk melakukan analisis lebih lanjut mengenai perbandingan hasil perhitungan HPP menggunakan metode tradisional dengan metode ABC adalah.

Tabel 5.19
Perbandingan HPP Menggunakan Metode Tradisional dengan Metode ABC pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020

No	Jenis Jasa	Metode Tradisional	Metode ABC	Selisih	%
1	<i>Advertorial Article</i>	Rp 58.547.023,93	Rp 59.239.113,84	-Rp 692.089,91	-1,18%
2	<i>Social Media Management</i>	Rp116.584.177,89	Rp139.736.757,94	-Rp23.152.580,05	19,86%
3	<i>KOL Management</i>	Rp 88.702.799,55	Rp 86.287.897,59	Rp 2.414.901,96	2,72%
4	<i>Event Management</i>	Rp102.230.011,47	Rp154.452.798,25	-Rp52.222.786,78	51,08%
5	<i>Production Management</i>	Rp139.657.650,78	Rp170.213.994,74	-Rp30.556.343,96	21,88%
6	<i>Banner</i>	Rp 55.987.987,35	Rp 57.999.066,38	-Rp 2.011.079,03	-3,59%
7	<i>Others Service</i>	Rp 66.471.660,93	Rp 64.747.039,71	Rp 1.724.621,22	2,59%

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan, ada perbedaan atau perhitungan HPP menggunakan metode tradisional dan metode ABC. Selisih HPP tersebut cukup bervariasi, misalnya pada jasa *KOL Management* dimana hasil perhitungan HPP dengan metode tradisional tinggi 2,72% dibandingkan HPP dengan metode ABC. Sementara pada jasa *Event Management*, hasil perhitungan HPP dengan metode

tradisional jauh lebih rendah hingga mencapai -51,08% dibandingkan HPP dengan metode ABC.

Perbedaan hasil perhitungan HPP antara metode konvensional dan metode ABC karena perbedaan pembebanan BOP di setiap jenis jasa. Metode tradisional, BOP hanya dibebankan pada satu *cost driver* saja yaitu jumlah hari kerja. Akibatnya terjadi distorsi atau ketidakefisienan (inefisiensi) pada pembebanan biaya *overhead* pabrik. Sedangkan pada metode ABC, biaya *overhead* pabrik dibebankan pada beberapa *cost driver* sehingga metode ABC mampu mengalokasikan BOP secara tepat dan efisien menurut besaran konsumsi aktivitas pada masing-masing jenis jasa.

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian diantaranya:

1. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa perhitungan HPP pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020 menggunakan metode tradisional. Perhitungan HPP dengan metode tradisional berdasarkan jumlah hari kerja dimana total BOP dibagi total jumlah hari kerja. Hasil perhitungan HPP menggunakan metode tradisional pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020 yaitu: (1) Jasa *Advertorial Article* sebesar Rp58.547.023,93; (2) Jasa *Social Media Management* sebesar Rp116.584.177,89; (3) Jasa *KOL Management* sebesar Rp88.702.799,55; (4) Jasa *Event Management* sebesar Rp102.230.011,47; (5) Jasa *Production Management* sebesar Rp139.657.650,78; (6) Jasa *Banner* sebesar Rp55.987.987,35; dan (7) Jasa *Others Service* sebesar Rp66.471.660,93.

Perhitungan HPP dengan metode ABC dilakukan dengan pemicu biaya menentukan kelompok biaya yang homogen, menentukan tarif kelompok dan menghitung HPP dengan BOP dibebankan pada beberapa *cost driver* yang telah ditentukan. Hasil perhitungan HPP menggunakan metode ABC pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020 yaitu: (1) Jasa *Advertorial Article* sebesar Rp59.239.113,84; (2) Jasa *Social Media Management* sebesar Rp139.736.757,94; (3) Jasa *KOL Management* sebesar Rp86.287.897,59; (4) Jasa *Event Management* sebesar Rp154.452.798,25; (5) Jasa *Production Management* sebesar Rp170.213.994,74; (6) Jasa *Banner* sebesar Rp57.999.066,38; dan (7) Jasa *Others Service* sebesar Rp64.747.039,71. Perhitungan HPP menggunakan metode

tradisional dengan metode ABC berdasarkan jenis jasa pada PT. Beautynesia Media Nusantara Tahun 2020 yaitu: (1) pada Jasa Advertorial Article, HPP metode tradisional memiliki selisih 1,18% lebih rendah dibandingkan metode ABC; (2) pada Jasa Social Media Management, HPP metode tradisional memiliki selisih 19,86% lebih rendah dibandingkan metode ABC; (3) pada Jasa KOL Management, HPP metode tradisional memiliki selisih 2,72% lebih tinggi dibandingkan metode ABC; (4) pada Jasa Event Management, HPP metode tradisional memiliki selisih 51,08% lebih rendah dengan metode ABC; (5) Jasa Production Management, HPP metode tradisional memiliki selisih 21,88% lebih rendah ketimbang metode ABC; (6) Jasa Banner, HPP metode tradisional memiliki selisih 3,59% lebih rendah dibandingkan metode ABC; dan (7) pada Jasa Others Service, HPP metode tradisional memiliki selisih 2,59% lebih tinggi dibandingkan metode ABC.

1.

References

- Cooper, R.D & Schindler, S.P, 2011. *Business Research Methods*. 11th ed. Singapore: McGraw-Hill/Irwin.
- Asoka, R. (2020). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Penetapan Harga Jual Pada Depot Widi Karya Sungai Lilin. *Jurnal Ekonomika*, 11(1).
- Aulia TZ, Alamsyah S, & Nurhayarti E. (2018) Konsep dan Implementasi Akuntansi Comprehensive. Cirebon: Insania.
- Badriah, Elis & Nurwanda, Asep. 2019. Penerapan Metode Full Costing Dalam Menentukan Harga Pokok Produksi Pembangunan Rumah. *Jurnal Moderat*, Vol 5, 411-421
- Chak Wen Zheng & Mohd Yazid Abu. Application of Activity Based Costing for Palm Oil Plantation. *Journal Of Modern Manufacturing Systems And Technology* (2019). Vol. 2 No. 1.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods* (12th ed.). New York: McGraw Hill Irwin.
- Don R. Hansen, Maryanne M. Mowen, Dan L Heitger (2021). *Cost Management*. United Kingdom: Cengage.
- Dawson R. Hancock, Bob Algozzine, Jae Hoon Lim. (2021). *Doing Case Study Research: A Practical Guide for Beginning Researchers*. USA: Columbia University.
- H. I. Nyoman Mariantha. *Manajemen Biaya Cost Management*. (2018) Celebes Media Perkasa Jakarta
- Henrik Husted, Billy B Kristensen, Signe E Andreassen, Christian Skovgaard Nielsen, Anders Troelsen, Kirill Gromov (2018). Time-driven activity based cost of outpatient total hip and knee arthroplasty in different setups. *Acta Orthopaedica* (5).
- Horngren, Charles T. & Walter T. Harrison. (2013). Akuntansi. Jakarta: Erlangga.
- Maha Faisal Alsayegh, 2020. Activity Based Costing around the World: Adoption, Implementation, Outcomes and Criticism. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*. Vol.6 No. 1.
- Marceline Devina & L. Jade Faliyany (2016). Penerapan Metode Time Driven Activity-Based Costing System untuk Menghitung Harga Pokok Produk Jasa: Studi Kasus Salon Kecantikan AVV Make Up & Hard DO. *Jurnal Akuntansi* 9(2).
- Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta: STIE YKPN.
- Mursalin, M (2019). Penerapan Metode Activity Based Costing (ABC) Dalam Penentuan Tarif Jasa Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Hasanuddin Damrah Bengkulu. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 16 No.1, April 2019.
- Musdholifah & Triambodo, Eko. 2018. Analisis Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik yang Menerapkan Kebijakan Modal Kerja Agresif, Moderat, dan Konservatif di Bursa Efek Indonesia. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*. Vol.1 No. 2.
- N.F. Zamrud & M.Y. Abu. Comparative Study: Activity Based Costing And Time Driven Activity Based Costing In Electronic Industry. *Journal Of Modern Manufacturing Systems And Technology* Volume 4, Issue 1.
- Polii, RYP, Sabijono, H, & Gamaliel, Hendrik (2021). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Activity Based Costing Pada CV. Verel Tri Putra Mandiri. *Jurnal EMBA*: Vol. 9 No. 3.
- Rahmaji, Danang (2013). Penerapan Activity-Based Costing System untuk Menentukan Harga Pokok Produksi PT. Celebes Mina Pratama. *Jurnal EMBA Vol 1*.
- Ratih, Kusumaningtiyas. 2018. Analisis Kemungkinan Penerapan Activity Based Costing (Studi Pada Lontar Media Digital

- Printing). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Siswanti, T. (2016). Analisis Perbandingan Metode Full Costing Dan Variabel Costing Dengan Metode Perusahaan Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Ud Mekarsari. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya*, 1(1), 44-58.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Supriyono. (2013). *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan. Harga Pokok*. Yogyakarta: BPFE.
- Taslim, Nugroho & Teguh. 2021. Menentukan Harga Jual Kamar dengan Metode ABC (Activity Based Costing) pada Hotel Garden Palace (Studi pada Salah Satu Hotel Berbintang di Surabaya). *Journal of Sustainability Business Research*.
- Tsai, WH (2018). A green quality management decision model with carbon tax and capacity expansion under activity-based costing (ABC)—a case study in the tire manufacturing. *Energies*: 11, 1858; doi:10.3390/en11071858.
- Wiralestari, W., Firza, E., & Mansur, F. (2018). Pelatihan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan full costing sebagai dasar penentuan harga jual pempek pada UMKM Pempek Masayu 212. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 2(1), 46–52.