

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perhitungan harga pokok penjualan kamar rawat inap pada Rumah Sakit Condong Catur Yogyakarta didasarkan dengan ketetapan manajemen Rumah Sakit Condong Catur Yogyakarta, yakni tarif pesaing, segmen pasar dan keadaan sosial masyarakat.
2. Perhitungan harga pokok penjualan jasa rawat inap dengan menggunakan metode *Activity Based Costing*, dilakukan melalui 2 (dua) tahap, yaitu tahap pertama biaya ditelusur ke aktivitas yang menimbulkan biaya dan tahap ke dua membebankan biaya aktivitas ke produk. Sedangkan harga penjualan (tarif per kamar) diperoleh dari *cost* rawat inap ditambah dengan laba yang di harapkan. Dari perhitungan harga pokok penjualan kamar rawat inap dengan menggunakan *Activity Based Costing*, diketahui besarnya harga pokok penjualan untuk kelas Utama Rp247.683,41, kelas VVIP Rp240.450,23, kelas VIP Rp198.175,00, Kelas I Rp190.970,87, Kelas II Rp183.381,31 dan Kelas III Rp176.911,11.
3. Terdapat perbedaan besarnya harga pokok penjualan kamar rawat inap pada Rumah Sakit Condong Catur Yogyakarta dengan menggunakan metode menurut perhitungan Rumah Sakit Condong Catur Yogyakarta

diketahui besarnya harga pokok penjualan untuk kelas Utama Rp420.000,00, kelas VVIP Rp315.000,00, kelas VIP Rp245.000,00, Kelas I Rp175.000,00, Kelas II Rp122.000,00 dan Kelas III Rp70.000,00. Serta dari perhitungan harga pokok penjualan kamar rawat inap dengan menggunakan *Activity Based Costing*, diketahui besarnya harga pokok penjualan untuk kelas Utama Rp247.683,41, kelas VVIP Rp240.450,23, kelas VIP Rp198.175,00, Kelas I Rp190.970,87, Kelas II Rp183.381,31 dan Kelas III Rp176.911,11.

B. Saran

Pihak Manajemen Rumah Sakit Condong Catur Yogyakarta harus selalu menguji keputusan penentuan harga pokok penjualan melalui pelanggan mereka dan mulai mempertimbangkan perhitungan harga pokok penjualan rawat inap dengan menggunakan metode *Activity Based Costing*, agar dapat memperoleh biaya rawat inap yang lebih akurat dengan tetap mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang lain seperti tarif pesaing, segmen pasar dan keadaan sosial masyarakat.