

ABSTRAKSI

Pada era globalisasi ini dimana persaingan dunia usaha yang semakin ketat, pihak perusahaan berusaha membuat konsumen puas dan loyal terhadap produknya. Hanya perusahaan yang mampu menyediakan produk sesuai dengan kualitas yang diinginkan konsumen, pengiriman produk yang tepat waktu dan harga jual bersaing yang dapat tetap bertahan hidup. Oleh karena itu disamping perusahaan harus memanfaatkan sumberdaya dengan seefisien dan seefektif mungkin, perusahaan juga perlu memperhatikan strategi penetapan harga, karena harga dapat mempengaruhi besarnya permintaan konsumen akan produk tertentu.

PT "X" merupakan suatu badan usaha manufaktur dibidang produksi kemasan air mineral, salah satu informasi yang penting bagi pihak manajemen adalah harga pokok produksi. Penetapan harga jual yang didasari harga pokok produksi yang tidak tepat, dapat mengakibatkan kesalahan dalam pengambilan keputusan manajemen perusahaan, yang berdampak pada jangka panjang.

Selama ini PT "X" dalam menentukan harga pokok produksinya menggunakan metode konvensional. Dari pengolahan data dengan menggunakan metode Activity Based Costing dapat diketahui harga pokok dari produk yang overcosting maupun under costing, karena dalam perhitungan HPP, metode ABC ini tidak hanya menggunakan unit produk sebagai pemicu biaya melainkan menggunakan aktivitas – aktivitas yang terjadi dengan cost driver yang sesuai dengan aktivitas tersebut. Produk yang mengalami undercosting yang terbesar adalah produk galon yaitu sebesar Rp. 1.358,59 Sedangkan produk yang mengalami overcosting yang terbesar adalah produk botol 1500 ml screw yaitu sebesar Rp. 112,42.

Dengan hasil ini, diharapkan perusahaan setelah mengetahui pokok permasalahan memperbaiki perhitungan biaya dengan menggunakan Activity Based Costing, selain itu menyesuaikan harga jual berdasarkan harga pokok produksi yang baru dengan mempertimbangkan akan harga jual dari pesaing.