

## ABSTRAK SKRIPSI

Dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, sekaligus mengembangkan diri, badan usaha-badan usaha semakin dituntut untuk mampu bersaing dengan badan usaha lain yang sejenis dan bahkan memenangkan persaingan tersebut.

Untuk dapat bersaing tersebut, maka keputusan-keputusan yang diambil oleh badan usaha khususnya pihak manajemen badan usaha haruslah tepat. Di dalam proses produksi, yang menjadi masalah utama adalah penetapan harga pokok dari produk yang dihasilkan oleh badan usaha. Terdapat banyak cara yang dapat digunakan oleh badan usaha untuk menentukan harga pokok bagi produknya, seperti dengan menggunakan biaya standar, metode konvensional, metode *variable costing*, *Activity Based Costing* dan sebagainya. Dengan diperolehnya perhitungan harga pokok produk yang tepat memungkinkan penetapan harga jual juga menjadi lebih tepat, sehingga badan usaha mampu untuk bersaing dengan badan usaha lain.

Jika berbicara tentang *costing* pasti tidak akan terlepas dari kepentingan *pricing* atau penetapan harga. Dalam hal *product costing*, akuntansi manajemen haruslah berfungsi sebagai alat yang dapat diandalkan untuk menetapkan harga pokok yang selanjutnya dapat dipakai sebagai acuan dalam strategi penetapan harga.

Penerapan metode konvensional di dalam *product costing* sangatlah arbitrer dan terlalu disederhanakan, karena di dalam metode konvensional pengalokasian biaya selalu didasarkan pada volume produksi sehingga secara arbitrer hanya memandang hubungan kausal antara naik turunnya biaya yang dipengaruhi oleh naik turunnya volume produksi. Dengan penetapan metode konvensional ini dapat menetapkan strategi penetapan harga jual badan usaha menjadi salah sehingga dapat mempengaruhi strategi bisnis badan usaha dan akibatnya badan usaha dapat kehilangan daya saingnya yang akhirnya dengan terpaksa harus keluar dari arena bisnis.

Apabila dikaji lebih jauh, sebenarnya hubungan kausal tersebut tidak sesederhana demikian, masih terdapat

berbagai unsur lain yang justru lebih relevan sebagai pemicu biaya (*cost driver*) terhadap naik turunnya biaya yang dikonsumsi proses produksi.

PT. "X" di Sidoarjo merupakan badan usaha yang menghasilkan rak piring, tempat sendok dan garpu, tempat gantungan peralatan dapur dan peralatan rumah tangga lainnya. Selama ini menggunakan cara konvensional dalam menghitung harga pokok untuk produknya dan dalam skripsi ini akan diperkenalkan penggunaan metode *variable costing* yang dipadukan dengan pendekatan ABC kepada pihak manajemen badan usaha untuk memperbaiki perhitungan harga pokok bagi produk yang dihasilkan badan usaha. Dimana dalam metode *variable costing* tersebut, biaya-biaya overhead yang ada harus dipisahkan berdasarkan perilakunya yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel. Didalam memisahkan biaya berdasarkan perilakunya tersebut harus diperhatikan faktor-faktor pemicu biaya (*cost driver*) yang tidak hanya berdasarkan volume produksi seperti dalam metode konvensional.

Setelah dilakukan perhitungan berdasarkan pendekatan *variable costing* ternyata dihasilkan biaya produk yang lebih rendah daripada apabila digunakan metode konvensional. Dengan harga pokok yang lebih rendah ini maka pihak manajemen badan usaha dapat menetapkan harga jual yang lebih rendah pula. Dengan harga jual yang lebih rendah ini badan usaha dapat mengalami peningkatan dalam permintaan/penjualan.