

ABSTRAK

Dunia usaha kini tengah dihadapkan pada suatu realita yang sangat keras dan perubahan seba cepat. Sebuah realitas yang menandai era integrasi ekonomi dunia. Inilah era baru yang nyaris tak mengenal batas geografis. Salah satu ciri yang paling kuat dari era ekonomi ini adalah persaingan yang sangat ketat dan menonjolnya peranan teknologi telekomunikasi dan informasi.

Di pasar domestik, khususnya badan usaha-badan usaha yang ada sekarang ini dituntut untuk selalu meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan cepat tanggap terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dilingkungannya.

Pepatah “Siapa cepat, ia yang menang” berlaku pada kondisi pasar sekarang ini. Untuk dapat unggul dalam bersaing, badan usaha harus pro-aktif yaitu dengan mempersiapkan dan menjalankan strategi yang tepat dan handal. Dalam hal ini penting adanya informasi yang relevan, tepat waktu, dan dapat dipercaya, sehingga dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan, terutama keputusan mengenai harga jual produk.

Sistem informasi akuntansi memenuhi kebutuhan pelaporan ke luar dan beberapa keperluan manajemen, tetapi biasanya kurang dapat membantu para manajer dalam mendeteksi permasalahan yang mereka hadapi atau pemecahannya, sebab sistem akuntansi tersebut adalah sistem akuntansi tradisional yang memang bukan didesain untuk memberikan informasi manajerial.

Pada badan usaha manufaktur yang bergerak dibidang produk pesanan, masalah *costing* merupakan masalah yang rumit, karena tiap produk yang diproduksi memiliki karakteristik yang berbeda. Dengan metode *normal job order cost system*, masalah tersebut dapat teratasi, karena biaya overhead dibebankan berdasarkan *pre-determined overhead*. Namun metode ini masih belum sempurna dalam memberikan hasil yang akurat, karena tiap-tiap produk mengkonsumsi biaya overhead secara berbeda-beda, untuk itu digunakan metode *activity based costing* yang dianggap powerfull dalam mengalokasikan biaya overhead pabrik ke produk. Dengan menerapkan sistem *activity based costing* selain dapat memberikan informasi *product cost* yang akurat, juga dapat digunakan sebagai alat *cost improvement*, yaitu dengan memusatkan diri pada aktivitas-aktivitas yang menambah nilai (*value added activity*) dan mengeliminasi aktivitas-aktivitas yang tidak menambah nilai (*non value added activity*).

Dengan mengetahui informasi biaya produksi, maka manajer dapat menetapkan harga jual yang kompetitif, untuk memasuki pangsa pasar yang lebih luas dan memantapkan posisinya dalam persaingan.