

ABSTRAKSI

Dalam menghadapi era globalisasi dan persaingan bebas di tahun 2020 dengan adanya perjanjian APEC, badan usaha semakin dituntut untuk bekerja dengan tingkat efisiensi yang tinggi agar dapat mempertahankan eksistensinya. Informasi mengenai biaya produksi merupakan salah satu faktor yang penting bagi badan usaha agar dapat sukses dalam persaingan. Oleh karena itu informasi mengenai biaya produksi yang diberikan kepada badan usaha haruslah informasi yang akurat, relevan dan dapat dipercaya. Untuk mendapatkan informasi seperti ini, badan usaha khususnya badan usaha dengan lini produk yang beraneka ragam dapat menggunakan metode *Activity-Based Costing (ABC)*. Metode ini mengalokasikan biaya-biaya ke produk berdasarkan jumlah aktivitas-aktivitas yang dikonsumsi oleh tiap-tiap produk tersebut, oleh sebab itu informasi yang dihasilkannya lebih akurat daripada sistem tradisional yang menggunakan dasar pengalokasian secara arbitrer.

Superioritas *Activity-Based Costing* atas sistem tradisional tidak mengharuskan badan usaha untuk mengganti sistem tradisional menjadi sistem *ABC*, karena kedua sistem tersebut dapat dioperasikan secara bersama-sama. Bahkan manfaat maksimum dari analisis *ABC* ini dapat diperoleh jika sistem ini tidak dibakukan menjadi sistem informasi yang formal. Bagaimanapun, informasi *Activity-Based Costing* tidak banyak membantu badan usaha dalam usaha-usaha mencapai perbaikan secara berkesinambungan serta tidak memberikan analisis strategi yang relevan. Bahkan implikasi strategi dari *ABC* jika ditinjau secara konstan dari penempatan posisi strategi suatu produk, akan membahayakan badan usaha daripada memberi manfaat.

Sebaliknya *Strategic Cost Management* yang terdiri dari tiga tema yaitu: *value chain analysis*, *strategic positioning analysis* dan *cost driver analysis* mampu memberikan suatu gambaran secara lebih menyeluruh mengenai badan usaha mulai dari rantai nilai aktivitas badan usaha, penempatan posisi strategi yang tepat untuk produk tertentu, hingga analisis pemicu biayanya; sehingga analisis dari metode *ABC* tidak sekedar menghasilkan perhitungan biaya produk yang lebih akurat. Namun, dipandang dari perspektif *Strategic Cost Management*, *ABC* merupakan suatu alat strategi yang dapat berfungsi secara lebih konstruktif dan akhirnya dapat membantu badan usaha untuk mencapai sasarannya serta mampu menjadi salah satu pemain dalam persaingan global.