

ABSTRAK

Pada tahun 1985 muncul banyak produk sepatu olah raga di Indonesia. Produk sepatu ini makin berkembang dan persaingan menjadi semakin ketat sampai dengan tahun 1996 saja ada sekitar 20 merek sepatu di pasar.

Produk sepatu olah raga milik PT "X" ini menguasai pangsa pasar dalam negeri maupun luar negeri, walaupun dengan merek yang berbeda-beda tetapi ternyata produk sepatu olah raga merek ini sudah sangat disukai oleh sebagian besar kalangan masyarakat kelas menengah keatas. Dan diperkirakan bahwa pangsa pasar sepatu olah raga masih akan tumbuh sebesar 20%.

Para produsen mengatur strategi persaingan untuk merebut pangsa pasar yang ada maupun pangsa pasar yang masih akan tumbuh. Upaya pembenahan terhadap apa yang di anggap lemahpun dilakukan antara lain dengan menjalin kemitraan dengan negara yang lain. Produsen juga mulai membenahi manajemen badan usaha, terutama mengarahkan perhatian dalam proses produksi dan beban produksi. Hal ini dilakukan supaya produsen dapat tetap *survive* dalam industri sepatu.

Badan usaha "X" adalah badan usaha yang terletak di Sidoarjo. Badan usaha ini bergerak di bidang usaha industri. Produk yang dijadikan bahan penelitian adalah sepatu olah raga. Beban untuk menghasilkan produk terdiri dari beban bahan baku, beban tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik. Pengalokasian beban *overhead* pabrik pada tiap produk dengan menggunakan *plant-wide rate*, yaitu berdasarkan jumlah unit yang di produksi, sehingga beban produksi untuk tiap produk sama.

Permasalahan di atas dapat diatasi dengan menerapkan teori *Activity Based Management* (ABM) yang mengarahkan perhatian manajemen pada aktivitas yang dilakukan badan usaha. Teori ini memiliki 2 dimensi yaitu *Cost dimension* dan *process dimension*.

Cost dimension akan mengalokasikan beban *overhead* pabrik tidak lagi berdasarkan unit produksi saja tetapi juga dasar lainnya yang di anggap menyebabkan terjadinya aktivitas-aktivitas produksi. Dimensi ini dilakukan dengan cara membebankan ke masing-masing aktivitas dengan menggunakan *activity measure*. Jadi hasil akhir berupa beban aktivitas, yaitu beban yang harus dikeluarkan badan usaha untuk melakukan aktivitas tersebut. Selanjutnya beban aktivitas akan dibebankan ke masing-masing produk dengan menggunakan dasar yang di anggap pemicu aktivitas yaitu *activity driver*. Penerapan *cost dimension* ini akan menghasilkan perhitungan beban produksi yang benar dan andal.

Process dimension menerapkan analisis aktivitas yaitu dengan menilai aktivitas produksi badan usaha “X”, apakah termasuk aktivitas yang menambah nilai atau tidak. Aktivitas yang tidak menambah nilai akan dicarikan jalan keluar untuk mengurangi atau bahkan mengeliminasinya. Sedangkan aktivitas yang menambah nilai ditingkatkan efisiensinya. Kenyataan ini mengarah pada perbaikan yang terus menerus (*continuous improvement*). Dengan demikian beban untuk melakukan aktivitas yang tidak perlu ikut hilang dan beban produksi yang tidak perlu ikut hilang dan beban produksi akan turun.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan penggunaan teori ABM maka badan usaha dapat memilih aktivitas produksi yang perlu dan bernilai. Selain itu perhitungan beban produksinya lebih tepat dan andal, sehingga penentuan profit dan harga jual produk lebih tepat. Hal ini dikarenakan teori ABM memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan teori yang digunakan oleh badan usaha selama ini. Kenyataan ini mengarah pada perbaikan demi kemajuan badan usaha sehingga produk badan usaha bisa bersaing dengan produk lain dipasaran.

