

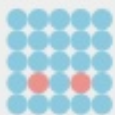
I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kita menyadari bahwa saat ini kita telah memasuki era globalisasi, dimana hampir tidak ada lagi batas dalam berkomunikasi antar negara. Setiap orang dengan leluasa bebas mengakses (informasi) dari negara mana saja, mempunyai kesempatan yang sama untuk berusaha dimana saja, tanpa ada hambatan masuk yang sering diberlakukan oleh suatu negara. Pada era globalisasi barang-barang dari negara lain bebas masuk ke Indonesia, begitu pula sebaliknya barang-barang Indonesia bebas memasuki pasar luar negeri. Untuk itu sebagai kata kunci, barang-barang dan atau jasa yang akan memasuki pasar global harus mampu bersaing dengan barang-barang dan atau jasa dari negara lain.

Untuk dapat bersaing di pasar global maka perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang memiliki mutu yang tinggi dengan tingkat harga yang bersaing. Mutu adalah apa yang pelanggan rela dan senang membayar (Gumbira-Sa'id, 2001). Perusahaan harus dapat bekerja secara efisien, dengan mengurangi pos-pos biaya yang tidak bermanfaat dan memfokuskan alokasi biaya ke pos-pos biaya yang produktif yang menghasilkan manfaat dan nilai tambah bagi perusahaan maupun konsumen.

Dalam menentukan harga jual suatu produk pada umumnya berdasarkan harga pokok produk yang merupakan/mencerminkan besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk.

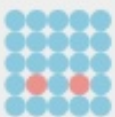




Untuk itu dalam perhitungan harga pokok suatu produk harus dilakukan dengan akurat, sehingga akan dihasilkan harga jual yang lebih tepat dan lebih realistis. Selanjutnya perusahaan akan dapat menentukan keuntungan yang diinginkan.

Pada perusahaan manufaktur yang masuk dalam perhitungan harga pokok produksi (biaya produksi) terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku langsung merupakan bagian yang tak terpisahkan dari produk jadi dan dapat ditelusuri secara fisik dan mudah terhadap produk yang dihasilkan. Begitu pula biaya tenaga kerja langsung, biaya ini juga dapat secara mudah dan langsung ditelusuri ke produk jadi. Sedangkan biaya overhead pabrik merupakan biaya tidak langsung, sulit untuk ditelusuri secara langsung terhadap produk. Untuk itu pembebanan biaya overhead pabrik ke tiap-tiap produk yang dihasilkan dilakukan dengan alokasi biaya tidak langsung berdasarkan atas asumsi keterkaitan biaya terhadap suatu produk.

Dalam pengalokasian/pembebanan biaya overhead ke setiap produk yang diproduksi pada umumnya digunakan 2 (dua) sistem biaya, yaitu sistem biaya konvensional yang hanya menggunakan *driver-driver* aktivitas berlevel unit sebagai dasar dalam pembebanan biaya overhead pabrik ke produk, dan sistem biaya berbasis aktivitas atau lebih dikenal dengan sistem *activity based costing* (ABC). Sistem biaya konvensional dalam pembebanan biaya overhead pabrik menggunakan tarif tunggal dan tarif departemental hanya cocok untuk lingkungan industri manufaktur

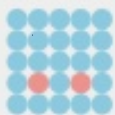




konvensional dan untuk persaingan pasar domestik/dalam negeri (Supriyono, 1999).

Dalam pasar global seperti yang dialami oleh PT. HDF., dimana dengan 3 (tiga) jenis produk yang dihasilkan, hampir seluruhnya dijual ke pasar luar negeri (diekspor), pembebanan biaya overhead pabrik dengan menggunakan sistem konvensional kurang tepat, karena sistem konvensional tidak mampu melakukan perhitungan harga pokok produk secara teliti dan akan menimbulkan distorsi biaya, sehingga harga jual produk kurang realistis. Untuk itu diperlukan suatu sistem biaya yang dapat menunjang kondisi ini, yaitu sistem biaya yang dapat mengalokasikan biaya overhead dan perhitungan harga pokok produk secara akurat.

Untuk menghadapi persaingan di pasar internasional selain kualitas produk yang prima, suatu perusahaan juga dituntut untuk dapat beroperasi dengan efisien. Sedangkan untuk dapat beroperasi secara efisien salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan penetapan harga pokok produk yang cermat. Dengan penetapan harga pokok produk secara cermat perusahaan akan dapat melakukan efisiensi, yaitu dengan mengendalikan aktivitas-aktivitas yang ada di perusahaan, dengan jalan mengoptimalkan aktivitas-aktivitas yang memberikan nilai tambah kepada produk maupun perusahaan dan meminimalisir aktivitas-aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah.

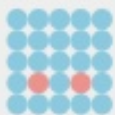


Dari kondisi di atas penulis merasa bahwa perhitungan harga pokok dan harga jual produk dengan menggunakan sistem/metode konvensional seperti yang dilakukan saat ini sudah tidak tepat lagi bagi perusahaan. Selanjutnya perhitungan harga pokok berbasis aktivitas atau *Activity Based Costing* dengan melacak biaya-biaya ke aktivitas-aktivitas dan dengan menggunakan pemacu biaya (*cost driver*) yang jauh lebih banyak dibanding sistem konvensional yang hanya menggunakan satu atau dua *cost driver*, merupakan topik yang penting untuk dikaji dalam rangka perhitungan/pembebanan biaya yang lebih teliti untuk memperoleh tingkat harga pokok dan harga jual yang akurat guna menghadapi persaingan di pasar internasional.

1.2. Rumusan Permasalahan

PT. HDF, sebuah perusahaan yang bergerak dibidang industri pakan ternak, saat ini memproduksi 3 (tiga) jenis produk, yaitu : *Sugar Cane Top* (SCT), *Bagasse* (BGS), dan *Corn Cob Meal* (CCM). SCT merupakan pakan ternak (sapi) dari bahan baku pucuk daun tebu yang dikeringkan, BGS dari bahan baku ampas tebu, dan CCM dari bahan baku bonggol jagung. Ketiga produk ini diekspor ke Jepang dan sebagian ke Korea. Sedangkan sebagai pesaing adalah produk-produk sejenis dari Amerika dan Cina.

Dengan adanya isu penyakit mulut dan kuku pada sapi, maka sejak bulan Maret 2001 sampai dengan saat ini Pemerintah Jepang menghentikan impor produk SCT dari Asia, termasuk Indonesia. Untuk

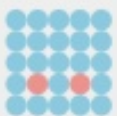




mengatasi hal ini, maka pemasaran produk tersebut saat ini dialihkan ke Korea dengan harga jual lebih murah dari harga jual di Jepang. Hal ini mengakibatkan keuntungan perusahaan menjadi berkurang.

Apabila informasi mengenai harga produk SCT, BGS, dan CCM yang dipasarkan di Korea harganya lebih murah dari harga produk yang sama yang dipasarkan di Jepang diketahui oleh para pembeli di Jepang, maka apabila kran impor Jepang dibuka kembali, maka dikawatirkan para pembeli di Jepang meminta harga produk disamakan dengan harga produk di Korea, maka hal ini akan mengakibatkan turunnya penjualan dan selanjutnya keuntungan perusahaan akan menurun. Perlu diketahui, bahwa Menteri Pertanian telah berjanji akan membantu menyelesaikan permasalahan isue penyakit mulut dan kuku pada sapi, sehingga kemungkinan kran impor Jepang terhadap produk-produk di atas akan dibuka kembali.

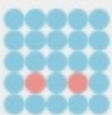
Selanjutnya diduga dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi, terutama dalam pembebanan biaya tidak langsung (biaya overhead pabrik), masih menggunakan metode yang konvensional sehingga terjadi distorsi biaya. Untuk itu diperlukan suatu metode perhitungan harga pokok produksi yang akurat dan penetapan harga jual yang tepat sebagai pembanding terhadap metode penetapan harga pokok yang ada, sehingga dapat dihasilkan harga pokok produk yang akurat dan realistis serta harga jual yang kompetitif.





Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

Rumusan Masalah :

1. Bagaimana manajemen mengetahui aktivitas-aktivitas yang ada di perusahaan sebagai penyebab timbulnya biaya.
2. Bagaimana perusahaan melakukan efisiensi melalui optimalisasi aktivitas-aktivitas yang dapat memberikan nilai tambah terhadap perusahaan dan meminimalisir aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah.
3. Bagaimana perusahaan melakukan pembebanan biaya overhead pabrik secara teliti untuk menetapkan harga pokok produk yang akurat.
4. Bagaimana perusahaan memilih metode pembebanan biaya overhead pabrik yang tepat yang dapat melakukan pembebanan biaya overhead pabrik secara teliti untuk menghasilkan harga pokok produk yang akurat.

Disini perusahaan mengalami kesulitan dalam menentukan harga pokok produk yang lebih akurat sebagai dasar untuk menetapkan harga jual yang lebih realistis, yang lebih kompetitif.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian mengenai analisis perhitungan harga pokok produk berbasis aktivitas ini adalah untuk memperoleh harga pokok dan harga jual produk yang akurat dan realistis adalah :

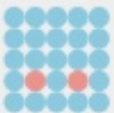
1. Mengidentifikasi aktivitas-aktivitas yang terjadi di perusahaan yang menjadi pemacu/pendorong timbulnya biaya (*cost driver*).



2. Mengidentifikasi aktivitas-aktivitas yang terjadi di perusahaan yang memberikan nilai tambah dan yang tidak memberikan nilai tambah terhadap produk dan perusahaan.
3. Melakukan analisis perhitungan harga pokok produk didasarkan pada aktivitas-aktivitas perusahaan yang dapat memberikan nilai tambah terhadap produk dan perusahaan.
4. Menentukan metode perhitungan harga pokok produk yang tepat bagi perusahaan dengan membandingkan hasil perhitungan harga pokok produk yang dilakukan perusahaan saat ini dengan hasil perhitungan harga pokok produk dengan menggunakan metode ABC.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini adalah membantu memberikan masukan kepada perusahaan sebagai pembanding terhadap metode penetapan harga pokok produk yang digunakan perusahaan saat ini apakah masih efektif digunakan pada kondisi perusahaan saat ini. Dari hasil penelitian ini diharapkan perusahaan akan dapat menentukan metode penetapan harga pokok yang lebih tepat untuk digunakan perusahaan guna memperoleh harga pokok produk yang lebih akurat dan realistis yang mencerminkan biaya sesungguhnya sehingga dapat dicapai harga jual produk yang lebih kompetitif.





1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada analisis mengenai perhitungan harga pokok produk berbasis aktivitas menggunakan metode *activity based costing* pada PT. HDF dan membandingkan hasil perhitungan harga pokok produknya dengan hasil perhitungan harga pokok produk menggunakan metode yang dipakai perusahaan saat ini. Perhitungan harga pokok produk didasarkan pada aktivitas-aktivitas yang memberikan nilai tambah bagi produk dan perusahaan sebagai pendorong timbulnya biaya.

Sedangkan yang dimaksud dengan aktivitas yang dapat memberikan nilai tambah adalah aktivitas yang dapat membantu terhadap kelancaran proses produksi dan operasional perusahaan (Widjaja Tunggal, 2000).

