

Aplikasi activity based costing sebagai support decisions dalam menentukan harga jual produk dan jasa, studi kasus pada PT IOL Jakarta

Sihombing, Elrin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=108395&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam menentukan harga jual suatu produk merupakan salah satu strategi yang sangat penting untuk dapat berkompetisi dengan para competitors, perilaku customers sudah sangat selektif dalam melakukan pemilihan untuk melakukan pembelian atas suatu produk, bagi mereka akan timbul beberapa pertimbangan-pertimbangan mengenai kualitas suatu produk serta harga yang pantas untuk produk tersebut.

PT.IQL mempraktekkan suatu metode yang unik dalam menentukan harga jual, yaitu menggunakan " system index " yaitu harga jual barang ditentukan hanya dengan mark-up harga pembelian raw materials semata. Misalnya index 2, artinya mark-up 2 kali lipat dari harga beli raw material. Sedangkan strategi penentuan harga jual jasa ditetapkan dengan membandingkan harga pasar tertinggi dan terendah.

Kebijakan manajemen dalam menentukan harga jual seperti diatas dapat dimaklumi, karena tidak adanya informasi mengenai harga pokok barang dan jasa yang dijual. Keinginan manajemen untuk dapat memperoleh informasi harga pokok produksi tidak pernah dapat terealisasi.

Manajemen tidak mengetahui berapa sebenarnya biaya yang dikonsumsi suatu produk hingga siap untuk dijual, tidak tertutup kemungkinan setelah dilakukan penghitungan secara detail dan akurat didapatkan hasil bahwa biaya untuk memproduksi suatu unit produk atau jasa lebih besar daripada biaya pembelian raw materials itu sendiri. Jika, penentuan harga jual per produk hanya mark-up 2 kali lipat dari raw material, maka produk tersebut dijual dibawah cost (harga pokok).

Menentukan harga jual hanya dengan mengandalkan informasi harga beli raw materials saja merupakan suatu hal yang tidak tepat serta memiliki banyak kelemahan, karena produk yang dijual melalui proses produksi dan konsekuensinya timbul biaya-biaya lain diluar harga beli raw materials itu sendiri.

Disisi lain, committed resources pada PT.IOL yang akan menjadi fixed cost memiliki nilai yang cukup besar, sehingga dengan aplikasi metode activity based costing akan menghasilkan informasi cost per unit produk lebih akurat dan detail, Setiap decision makers pasti membutuhkan informasi yang akurat mengenai cost suatu produk agar keputusan yang diambil juga menjadi valid dan updated. Activity based costing merupakan salah satu tool yang dapat digunakan sebagai supporting dalam pengambilan keputusan termasuk strategi penetapan harga jual.

Dalam melakukan penelitian digunakan applied research terhadap obyek yang diteliti, input yang diperoleh berdasarkan data-data dan hasil wawancara dengan karyawan-karyawan yang terlibat langsung pada obyek yang diteliti.

Dari hasil penelitian dan analisa ternyata beberapa produk saat ini dijual dibawah cost (harga pokok) dan beberapa produk menghasilkan profit margin yang tinggi. Tetapi secara keseluruhan perusahaan masih memperoleh profit margin sebesar $\pm 10.63\%$ dari net sales. Walaupun perusahaan memperoleh profit margin, nyatanya profit margin tersebut berasal dari saling subsidi antara produk yang menghasilkan profit dengan produk yang dijual dibawah harga pokok.

Setelah harga pokok diketahui, maka manajemen merencanakan untuk menaikkan harga jual produk pada awal tahun 2006 ini, dengan ketentuan;

? Jika, harga jual suatu produk saat ini dibawah harga pokok, maka harga jual harus dinaikkan dengan mark-up minimal 25% diatas harga pokok baru.

? Jika, harga jual suatu produk sudah dijual diatas harga pokok tetapi marginnya masih dibawah 25%, maka harga jual baru harus disesuaikan dengan minimal margin 25%.

? Jika, harga jual produk saat ini sudah melebihi 25% dari mark-up harga pokok, maka harga jual lama tetap dipertahankan.

Jika rencana manajemen diatas diaplikasikan, hasil penelitian dan analisa menunjukkan bahwa harga jual baru menjadi tidak kompetitif bila dibandingkan dengan competitors. Karena " players " dalam bisnis dari obyek yang diteliti sangat banyak, maka competitors yang dimaksud dalam penelitian ini hanya competitors yang menghasilkan produk barang dan jasa sepadan dari sisi kualitas dengan produk dan jasa obyek yang diteliti (apple to apple).

Hasil penelitian ini dirasakan masih memiliki beberapa kelemahan untuk diperbaiki dikemudian hari, yaitu; beberapa alokasi supporting activities menggunakan asumsi-asumsi, sehingga jika asumsi tidak tepat berdampak pada kekeliruan informasi harga pokok.