

Peranan Manajemen Biaya Strategis Dalam Pengambilan Keputusan Strategis

Benny Noviandi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184841&lokasi=lokal>

Abstrak

Manajemen biaya strategis merupakan metode akuntansi manajerial yang mengakomodasi strategi dan pengambilan keputusan strategis untuk menghadapi persaingan. Metode ini menggunakan perangkat-perangkat strategis, yaitu rantai nilai (value chain), penempatan posisi strategi (strategic positioning), dan pemacu biaya (cost driver). Perangkat-perangkat ini digunakan dalam menganalisis pengambilan keputusan strategis yang lebih banyak membutuhkan analisis kualitatif dan non finansial. Tidak seperti akuntansi manajemen tradisional, konsep-konsep rantai nilai, penempatan posisi strategis, dan pemacu biaya lebih berfokus eksternal dengan memasukkan analisis persaingan dalam industri sejenis, hubungan perusahaan dengan perusahaan lain dalam membentuk rantai nilai, dan bagaimana perusahaan mengelola aktifitas-aktifitasnya untuk mendapatkan efisiensi sehingga memberikan nilai (value) yang optimal. Studi lapangan pada salah satu perusahaan distributor kendaraan bermotor bertujuan memperoleh pemahaman mengenai penerapan konsep manajemen biaya strategis untuk mendukung pengambilan keputusan strategis. Studi dengan menggabungkan penelitian lapangan dengan metode kepustakaan ini menyimpulkan bahwa pada industri otomotif di Indonesia terdapat persaingan yang ketat, yang dapat dilihat dari posisi pasar yang selalu berubah dan keluar masuknya pemain dalam industri ini. Untuk mengantisipasi hal ini diperlukan pengambilan keputusan strategis yang tepat. Analisis rantai nilai memberikan pemahaman yang luas bagi perusahaan untuk menciptakan koordinasi sesama unit pembentuk rantai nilai dengan tujuan cost leadership, kerjasama dengan pemasok dan pelanggan, dan menentukan strategi pemasaran yang tepat. Analisis penempatan posisi strategis menyimpulkan bahwa perusahaan memiliki pangsa pasar yang besar dan pertumbuhan pasar yang tinggi serta melihat kepada sifat produk yang dihasilkan, maka strategi yang disarankan adalah mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki dengan memasarkan produk dengan biaya yang lebih kompetitif dibandingkan pesaing. Dan analisis pemacu biaya menyimpulkan bahwa aktifitas-aktifitas yang terdapat dalam perusahaan dapat dikelola dengan menerapkan skala kegiatan yang tepat, menjalin hubungan diantara sesama divisi pada aktifitas yang bersamaan, meningkatkan skala ekonomis dan faktor belajar, serta mengaitkan dan melakukan interaksi antara suatu aktifitas dengan aktifitas lainnya.