

ANALISIS PENERAPAN ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM PADA PRODUK PERIKLANAN PT. KREATIF SENTERINDO

HANA FITRIYANA FIRDAUS, SUDARYONO, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : akuntansi biaya

Abstraksi :

Sebuah Perusahaan akan menghasilkan laba yang maksimal apabila memperoleh informasi biaya dan menentukan Harga Pokok Produk (HPP) yang akurat. Activity Based Costing System merupakan sistem yang bermanfaat untuk menentukan Harga Pokok Produk (HPP) dengan lebih akurat, meningkatkan mutu pembuat keputusan, kemampuan yang lebih baik untuk mengelola aktivitas dan manfaat ini harus disertai dengan adanya biaya-biaya. Activity Based Costing System pada PT. Kreatif Senterindo yang bergerak di bidang Advertising (periklanan) pada tahap pertama, pelacakan biaya ke aktivitas terdapat delapan (8) pemicu biaya yaitu jam tenaga kerja tidak langsung, pulsa, Kilo watt hours (Kwh), kos aktiva tetap, Meter persegi, jam-orang, jam pelatihan, % nilai kontrak. Pada tahap kedua, pembebanan biaya pada keempat produk periklanan; produk NUP CTB Campaign, Frame, Calender 2007 dan Seminar BSMR. Perhitungan harga pokok produk periklanan tersebut dengan menggunakan Activity Based Costing System adalah sebesar Rp 26.453.327,09, untuk NUP CTB Campaign, Rp 20.988.876,09 Untuk Frame; PT. Ilead, Rp 105.988.856, untuk produk Calender 2007; PT. Conoco Rp 64.284.876,09, untuk Kegiatan Seminar BSMR Dengan asumsi jumlah biaya operasional per unit dan biaya non operasional per unitnya sama yaitu sebesar Rp 14,037,134.57 dan Rp 327,741.52.