

ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN MENGGUNAKAN METODE KONEVENSIONAL DAN METODE ACTIVITY BASED COSTING PADA RAHMAT JEAN'S COLLECTION

NUR KHAIMAH, DWI ASIH HARYANTI, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : penentuan harga

Abstraksi :

Perhitungan harga pokok produksi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara. Pada umumnya sistem penetapan harga pokok produksi yang ditetapkan oleh perusahaan adalah sistem akuntansi biaya konvensional (sistem biaya tradisional). Sistem ini mengalokasikan biaya produksi ke setiap produk untuk menghitung harga pokok produksinya. Perhitungan harga pokok produksi dari biaya material dan biaya tenaga kerja langsung dapat secara jelas dialokasikan ke setiap produk sesuai dengan produk yang dihasilkan. Namun untuk perhitungan volume produksi, jika terdapat jumlah unit yang diproduksi lebih banyak dari biasanya akan menimbulkan biaya overhead yang lebih besar pula. Activity Based Costing (ABC) pada dasarnya merupakan penentuan harga pokok produk (Cost Of Good Manufacturing) yang ditujukan untuk menyajikan informasi harga pokok produksi secara cermat untuk kepentingan manajemen, dengan mengukur konsumsi sumber daya di dalam setiap aktivitas yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk. Tujuan dari penulisan ilmiah ini adalah untuk menghitung Harga Pokok Produksi dengan menggunakan metode Activity Based Costing (ABC) dan untuk dapat membandingkan biaya produksi antara metode konvensional dengan metode Activity Based Costing (ABC) pada Rahmat Jeans Collection. Adapun yang menjadi objek penelitiannya adalah Rahmat Jeans Collection yang beralamat di kota Depok Hasil dari penulisan ilmiah ini adalah untuk mengetahui metode mana yang sebaiknya diterapkan pada Rahmat Jeans Collection. Adapun saran yang diberikan adalah bahwa sebaiknya Rahmat Jeans Collection meninjau kembali metode perhitungan harga pokok produksi dengan metode konvensional dan mempertimbangkan penerapan metode metode Activity Based Costing (ABC) yang dapat lebih membantu pihak manajemen dalam menetapkan harga jualnya ke konsumen dan membantu mengambil setiap keputusan pada masa yang akan datang secara

tepat, sehingga dapat digunakan untuk menghadapi persaingan industri yang semakin ketat.