

ABSTRAKSI

Saat ini perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasionalnya. Persaingan bisnis semakin ketat. Konsumen semakin pandai dalam menilai dan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Konsumen akan memilih produsen yang menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang murah dan selalu ada pada saat dibutuhkan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat melakukan perbaikan secara terus-menerus (*continous improvement*) di berbagai bidang dalam meningkatkan nilai produk bagi konsumen dan memperoleh keunggulan kompetitif. Sehingga mampu bersaing di pasar bisnis.

Biaya merupakan faktor penting untuk menjamin keberhasilan perusahaan dalam persaingan di pasar bisnis. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu melakukan pengendalian biaya dengan baik. Salah satu caranya adalah dengan menerapkan *Activity-Based Management* (ABM). ABM membantu pihak manajemen dalam mengelola dan mengendalikan biaya yang terjadi pada perusahaan dengan efektif dan efisien. Dalam mengakumulasi biaya, ABM menekankan pada biaya berdasarkan aktivitas (*Activity-Based Costing*) dan analisis proses. *Activity-Based Costing* (ABC) meningkatkan keakuratan pengalokasian biaya dengan cara menelusuri biaya ke setiap aktivitas operasional perusahaan dan kemudian membebankan biaya tersebut ke produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Selanjutnya dengan ABM, pihak manajemen melakukan analisis aktivitas yang bertujuan untuk menentukan aktivitas-aktivitas yang menambah nilai (*value-added activities*) dan aktivitas yang tidak menambah nilai bagi pelanggan (*non value-added activities*). Untuk memperoleh biaya yang efektif dan efisien, maka dilakukan pengurangan biaya (*cost reduction*) terhadap aktivitas yang tidak bernilai tambah tersebut. Pengurangan biaya tersebut akan mengurangi harga pokok produksi, sehingga akan meningkatkan keuntungan perusahaan. Dari penerapan ABM, diharapkan sebuah perusahaan dapat lebih fokus dalam mengelola dan mengendalikan biaya serta aktivitas yang menambah nilai bagi pelanggan.

Kata Kunci : *Activity-Based Costing*, *Activity-Based Management*, pengurangan biaya