

Penerapan activity based costing untuk biaya gardu pelayanan tol sebagai dasar perhitungan efisien yang dicapai atas pemakaian E-toll card dan gardu tol otomatis

Siti Sarah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=133330&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya pelayanan di gardu tol pada perusahaan jasa tol, baik pelayanan manual, pelayanan elektronik dan otomatis, dengan menggunakan activity based costing (ABC). Penelitian ini juga bertujuan untuk menentukan apakah terdapat efisiensi dalam pelayanan di gardu tol elektronik dan gardu tol otomatis. Hasil penelitian menunjukkan perhitungan dengan menggunakan ABC, dapat mengklasifikasi lima jenis gardu tol dengan biaya gardu tol yang berbeda-beda sesuai dengan aktifitasnya. Kemudian dilakukan perbandingan antara gardu tol manual, elektronik dan otomatis. Sehingga dari hasil perbandingan tersebut dapat dihitung efisiensi yang dicapai perusahaan dalam penerapan gardu tol elektronik dan gardu tol otomatis. Hasil penelitian ini dapat mendukung activity based management (ABM) dalam pengambilan keputusan terutama dalam hal yang berkaitan dengan pengurangan beban, profitabilitas dan nilai tambah bagi konsumen.

.....This thesis aims to find out the cost service in the highway service companies, both service manuals, as well as electronic and automated services, by using activity based costing (ABC). This study also aimed to determine whether there is efficiency in the electronic and automated services. The results show the calculation by using ABC, can classify five types of tollbooth costs which vary according to activity. Then do the comparison between manual toolbooth electronic and automatic.

The result of the efficiency ratio can be calculated that the company achieved the implementation of electronic tollbooth and automatic tollbooth. The result of this research can support the activity based management (ABM) in decision making especially in matters relatng to the reduction of expenses, profitability and added value for consumers.