

ABSTRAK SKRIPSI

Dengan makin berkembangnya dunia usaha saat ini, menyebabkan persaingan yang ada juga semakin ketat. Saat ini konsumen yang menjadi fokus utama badan usaha bila badan usaha ingin tetap bertahan dalam persaingan, konsumen yang menentukan produk dan jasa apa yang dibutuhkan. Jadi produsen harus berusaha menyediakan produk dengan kualitas baik dan harga yang dapat diterima oleh konsumen. Badan usaha harus mempunyai strategi bersaing yang tepat untuk dapat bertahan dan berhasil.

PT. "X" merupakan badan usaha yang memproduksi accumulator (accu). Dalam persaingan antar badan usaha yang memproduksi accu harga merupakan faktor yang paling penting diperhatikan daripada fungsionalitas, karena seluruh badan usaha sejenis mampu menyediakan accu dengan kualitas dan fungsi yang sama tetapi dengan harga yang bervariasi.

Cara penentuan harga oleh PT "X" adalah dengan metode *cost plus markup* yaitu dengan menghitung biaya terlebih dahulu kemudian ditambah dengan sejumlah mark up tertentu. Tetapi ternyata harga yang ditawarkan PT "X" dengan menggunakan metode ini lebih tinggi daripada harga yang ditawarkan pesaing dan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga terjadi penurunan penjualan accu PT "X". Untuk itu PT "X" harus melakukan *cost reduction*, dan hal ini harus dilaksanakan secara terus menerus dalam jangka panjang artinya usaha penurunan biaya harus dilaksanakan melalui suatu strategi.

Salah satu sistem biaya yang dapat mendukung *strategic cost reduction* adalah *target costing*. Pendekatan ini dimulai dengan mencari tahu apa yang menjadi preferensi konsumen, kemudian dari informasi ini ditentukan target harga dan dikurangkan dengan profit yang dikehendaki maka diperoleh *target cost*.

Selanjutnya PT "X" harus mengembangkan produknya yaitu accu tipe N 50 Z sesuai dengan *target cost* yang telah ditentukan. Untuk mencapai *target cost* ini PT "X" perlu melakukan *cost reduction* baik pada produksi accu maupun plate accu yang merupakan bahan baku accu, caranya melalui *activity analysis* yaitu dengan menghilangkan aktivitas yang tidak memberi nilai tambah baik bagi konsumen maupun badan usaha.

Setelah melakukan *cost reduction* pada PT "X" melalui analisis aktivitas pada bagian produksi (perakitan) accu dan desain ulang plate accu yang merupakan bahan baku perakitan accu, akhirnya *target cost* untuk accu tipe N 50 Z dapat dicapai dan dengan demikian harga yang sesuai dengan preferensi konsumen atau *target price* juga dapat dicapai sehingga PT "X" dapat ikut bersaing dalam persaingan bisnis saat ini.