

## ABSTRAK

Tujuan utama suatu badan usaha yang *profit-oriented* adalah mendapatkan *profit* semaksimal mungkin. *Profit* didapat jika harga jual produk melebihi biaya-biaya yang terjadi untuk menghasilkan produk tersebut. Selain itu ada tujuan lain yang tidak kalah pentingnya, yaitu untuk memuaskan konsumen. Badan usaha berusaha untuk menawarkan suatu produk yang dapat memuaskan konsumen baik dari segi harga, kualitas maupun hal-hal lain yang dapat membedakan produk tersebut dengan produk pesaing (*functionality*).

Oleh karena itu agar dapat memposisikan pada peran konsumen maka diadakan survei pasar untuk mengetahui selera konsumen, produk berkualitas seperti apa yang diinginkan serta pada harga berapa konsumen bersedia untuk membayarnya. Dengan harga tertentu tersebut konsumen pasti menginginkan *performance* yang tertentu pula dari produk tersebut. Badan usaha berusaha untuk mewujudkan hal di atas agar konsumen mendapatkan produk yang benar-benar diinginkan dari segi apapun. Jika telah diketahui harga yang akan digunakan (sesuai keinginan konsumen) dan besar *profit* yang diinginkan, maka sekarang tinggal *me-manage* biaya-biaya produk yang akan terjadi agar sebesar *target cost*-nya.

*Me-manage* biaya bukanlah hal yang mudah, bagaimana caranya agar biaya yang timbul seminimum mungkin namun tetap tidak boleh mengabaikan kualitas dan *functionality* yang diharapkan oleh konsumen. Untuk menyelesaikan masalah ini dapat digunakan teknik *target costing* dan *value engineering*.

Saat yang paling tepat untuk *me-manage* biaya adalah pada saat pertama kali perancangan suatu produk dilakukan (sebelum produk tersebut diluncurkan/diproduksi), pada saat ini semua biaya yang akan terjadi dapat dikendalikan. Agar perancangan biaya yang dilakukan dapat memberikan hasil yang akurat akan digunakan metode *activity-based costing*. Semua biaya yang akan terjadi diestimasi dulu, jika masih di atas *target cost* maka akan dilakukan *value engineering* yang merupakan usaha untuk mengurangi biaya produk yang akan terjadi agar dapat sebesar *target cost* tanpa mengabaikan kualitas dan *functionality* yang diinginkan oleh konsumen. Biaya produk dikurangi melalui menganalisis produk dan proses dengan mengurangi aktivitas-aktivitas yang tidak menambah nilai.

Dengan demikian maka konsumen akan mendapatkan kepuasan baik dari segi harga, kualitas dan *functionality*, sedangkan badan usaha sendiri akan tetap mendapatkan keuntungan sebesar yang diinginkannya.