

ABSTRAK

Seiring dengan makin berkembangnya teknologi dan informasi maka persaingan yang terjadi dalam dunia usaha semakin ketat, khususnya persaingan yang terjadi pada sektor Industri yang sama. Persaingan yang makin ketat juga terjadi pada sektor industri meubel, dimana persaingan tidak hanya pada harga namun juga kualitas serta model produk yang ditawarkan. Pesaing dapat dengan cepat meniru strategi yang diterapkan oleh suatu badan usaha, hal ini menyebabkan suatu badan usaha tidak dapat lagi mempertahankan *competitive advantage* yang dimiliki. Maka dari itu dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat ini, suatu badan usaha diharapkan mampu untuk menerapkan *confrontation strategy* yang menekankan pada tiga karakteristik dari suatu produk (*survival triplet*) antara lain harga, kualitas dan *functionality*.

Dengan diterapkannya *confrontation strategy* maka dalam menghasilkan suatu produk badan usaha harus benar-benar memperhatikan ketiga karakteristik yang ada dalam suatu produk. Hal ini penting untuk dilakukan karena persaingan yang ketat menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif dalam memilih produk yang akan dibelinya. Karena itu agar dapat bertahan dalam kondisi persaingan yang makin ketat ini, badan usaha harus mampu untuk menghasilkan produk yang benar-benar sesuai dengan keinginan konsumen baik dari segi harga maupun kualitas dan *functionality*-nya.

Dalam menghasilkan produk yang benar-benar sesuai dengan keinginan konsumen baik dari segi harga maupun kualitas dan *functionality*-nya, maka badan usaha harus melakukan perencanaan dan perancangan produk beserta biayanya dengan baik. Untuk itu diterapkan *target costing* dan *value engineering* pada tahap perencanaan suatu produk, karena pada tahap ini semua biaya masih belum terjadi dan masih bisa dikendalikan. Dalam menerapkan *target costing* maka pertama-tama akan dilakukan survei pasar untuk mengetahui tingkat harga dan model produk serta kualitas dan *functionality* yang diinginkan oleh konsumen. Setelah diketahui tingkat harga yang diinginkan konsumen, maka berdasarkan tingkat profit yang diinginkan perusahaan dapat ditentukan *target cost*. Setelah itu semua biaya yang akan terjadi diesimasikan terlebih dulu. Jika estimasi biaya masih berada diatas *target cost* maka akan diterapkan *value engineering* supaya *target cost* dapat tercapai dan produk dapat dijual pada tingkat harga yang diinginkan konsumen tanpa harus mengurangi tingkat profit yang diinginkan oleh badan usaha.

Dengan diterapkannya *target costing* dan *value engineering* maka badan usaha akan selalu berusaha untuk memperhatikan tiga karakteristik dalam *survival triplet*. Sehingga badan usaha dapat menghasilkan produk yang benar-benar sesuai dengan keinginan konsumen baik dari segi harga, kualitas maupun *functionality*-nya dan serta tingkat profit yang diinginkan oleh badan usaha juga tetap tercapai. Pada akhirnya badan usaha dapat tetap bertahan dalam kondisi persaingan yang semakin ketat ini.