

ABSTRAK

Lingkungan persaingan semakin ketat dan badan usaha tidak lagi bisa menghindari persaingan dengan memiliki keunggulan bersaing yang bisa dipertahankan. Badan usaha harus segera menghadapi persaingan dengan menggunakan strategi konfrontasi, terus menerus berusaha menciptakan keunggulan bersaing yang sifatnya sementara. Inovasi dari produk harus bervariasi dan kreatif dan inovasi yang dilakukan harus cepat karena pesaing akan dengan segera mengantisipasi temuan badan usaha kita.

Dalam strategi konfrontasi, badan usaha perlu untuk menjaga keseimbangan antar ketiga dimensi dari *survival triplet*, yaitu: *cost*, *quality* dan *functionality*. Keseimbangan dari ketiga dimensi tersebut berarti produk yang dihasilkan badan usaha telah berada dalam *survival zone* dan badan usaha dapat bertahan dalam dunia persaingan.

Salah satu hal yang penting untuk menunjang kesuksesan badan usaha ialah tergantung pada bagaimana badan usaha tersebut *me-manage product mix*-nya. *Product mix* ini penting karena masalah pada satu produk saja bisa membawa dampak bagi badan usaha secara keseluruhan.

Manajer yang biasanya mempunyai tugas *me-manage product mix* ini membutuhkan alat bantu. Informasi tentang *product cost* dapat digunakan sebagai alat bantu manajer dalam menjalankan tugas sehari-hari dan salah satunya ialah dalam menangani *product mix* ini. Informasi *product cost* ini dapat diperoleh melalui target costing maupun *product costing*.

Informasi yang dihasilkan akan digunakan sebagai masukan dalam mengambil putusan. Putusan sangat tergantung pada kualitas informasi yang digunakan sebagai bahan pertimbangan. Informasi yang dihasilkan harus tepat waktu, relevan dan akurat, baru memenuhi syarat sebagai informasi yang berkualitas.

Dalam lingkungan persaingan yang ketat ini informasi makin memegang peranan penting. Informasi yang dimaksud di sini adalah informasi dalam artian luas, bukan informasi yang dihasilkan oleh badan usaha sendiri. Dalam pengertian ini, untuk *me-manage product mix* badan usaha seharusnya tidak hanya berpatokan pada informasi *product cost* saja tetapi faktor-faktor lain yang ada di sekitar juga perlu untuk dipertimbangkan. Dengan demikian diharapkan *product mix* dapat ditangani dengan baik dan membawa dampak positif terhadap pertumbuhan badan usaha.