

ABSTRAKSI

Dunia usaha kini tengah dihadapkan pada arus globalisasi dalam bidang ekonomi. Peningkatan efisiensi dan kualitas sudah menjadi tantangan yang harus segera dijawab oleh badan usaha-badan usaha yang ada di Indonesia. Selain itu perkembangan teknologi dan informasi membawa dampak yang sangat berarti bagi dunia perdagangan dan industri di seluruh dunia. Informasi merupakan bagian yang cukup kritis dalam menunjang aktivitas dunia usaha, hal ini disebabkan karena adanya ketidakpastian yang tinggi mengenai faktor-faktor di luar badan usaha tersebut, sehingga mendorong adanya peningkatan yang tinggi akan kebutuhan informasi, sehingga informasi yang akurat, tepat waktu serta berdaya guna menjadi semakin penting perannya bagi kelangsungan hidup badan usaha.

Adanya persaingan yang semakin ketat ini memaksa setiap badan usaha untuk selalu berinovasi terhadap produk yang dihasilkannya dan berusaha untuk dapat menetapkan harga dimana konsumen bersedia membayar dan tentu saja yang tidak merugikan badan usaha tersebut.

Penetapan harga yang dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain biaya produksi, persaingan, daya beli masyarakat, kebijakan pemerintah, persepsi pelanggan, promosi dan iklan. Untuk dapat menentukan harga yang sesuai dengan kondisi diatas, salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh setiap badan usaha dengan lebih cermat adalah mengenai pengendalian biaya produk bersangkutan. Oleh karena itu, badan usaha harus mampu menganalisis pasar dan melakukan penyesuaian yang berpatokan pada keinginan konsumennya, dalam hal ini metode yang paling handal untuk digunakan adalah *Target Costing Method*. Metode tersebut dikatakan cukup handal karena selain dilakukannya analisa terhadap pasar guna mengetahui strategi dan harga yang telah di tetapkan oleh pesaing, juga dilakukannya analisa terhadap konsumen guna mengetahui persepsi masyarakat terhadap produk, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Didalam menetapkan target costing harus didukung dengan pengalokasian biaya yang akurat, dan ditunjang dengan peningkatan efisiensi biaya produksi, badan usaha harus mampu melakukan pengurangan terhadap biaya produksi dengan cara menganalisis aktifitas yang tidak memberikan nilai tambah, baik itu dipandang dari sisi konsument maupun dari sisi badan usaha. Dalam hal ini metode yang dapat di gunakan sebagai dasar analisis terhadap aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah baik bagi konsument maupun bagi badan usaha dan sebagai alat yang dapat mendukung pelaksanaan target costing adalah proses penilaian aktivitas, dan agar dapat menciptakan keakuratan dalam penyajian informasi mengenai biaya produk maka badan usaha juga dapat menggunakan *Activity Bases Costing* ; sebab dalam penerapan metode ini lebih akurat dalam mengalokasikan biaya overhead pabrik. Untuk mengendalikan efisiensi kerja, badan usaha harus mampu mengurangi atau

bahkan menghilangkan aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah melalui analisis aktivitas secara terus menerus. Dalam menggunakan *Activity Bases Costing* pembebanan biaya overheadnya didasarkan pada aktivitas-aktivitas dan sumber daya yang dikonsumsi oleh produk tersebut, sehingga dapat dikatakan bahwa informasi yang disajikan nantinya akan lebih akurat dan membantu manajer untuk melakukan pengambilan keputusan dengan benar.

Dengan demikian penerapan metode-metode tersebut diharapkan dapat membantu badan usaha dalam memperoleh informasi yang akurat mengenai biaya produk dan selanjutnya informasi tersebut diolah untuk digunakan dalam menetapkan biaya produk yang tepat dan akurat, sehingga harga jual yang bersaing dapat ditentukan dengan benar.