

ABSTRAK SKRIPSI

Banyak pesaing mampu memberikan nilai lebih tinggi kepada pelanggan dengan jalan memperbaiki produk, memotong harga atau meningkatkan pelayanan semakin banyak. Dari apa yang dilakukan oleh sejumlah badan usaha tersebut, jelas bahwa harga merupakan salah satu komponen nilai. Untuk menghadapi tekanan penurunan harga jual badan usaha mengimbanginya dengan berbagai upaya penurunan biaya.

Banyak cara yang dapat dilakukan badan usaha untuk berjuang melawan persaingan. Untuk ini badan usaha harus memiliki suatu strategi yang bersifat jangka panjang guna mempertahankan kelangsungan hidup badan usaha untuk masa yang panjang. Menurut Porter (1980) ada tiga macam strategi generik yang dimiliki badan usaha, yaitu: keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Apapun strategi yang dipilih oleh badan usaha, ketepatan strategi tersebut ditentukan oleh kemampuan dari badan usaha tersebut untuk mengimplementasikan strategi ke dalam setiap aspek operasinya, yang salah satunya adalah biaya operasi dari badan usaha itu sendiri.

Banyak biaya yang timbul karena disebabkan oleh suatu pemacu biaya, maka dalam rangka pengendalian biaya, pemacu biaya tersebut harus dikendalikan. Dalam cara pandang strategik, pemacu biaya ini dinamakan pemacu biaya strategik. Riley (1987) menyajikan 11 macam pemacu biaya strategik yang diklasifikasikan ke dalam 2 kategori. Kategori pertama disebut *structural cost drivers*, yang meliputi: *scale, scope, experience, technology, dan complexity*, sedangkan kategori kedua disebut *executional cost drivers* yang mencakup: *work force involvement, total quality management, capacity utilization, plant layout efficiency, product configuration, dan exploiting linkages with suppliers and/or customers*.

Dalam skripsi ini, analisis pemacu biaya strategik diaplikasikan pada PT X yaitu sebuah badan usaha yang bergerak di bidang makanan ternak. Adapun strategi yang dipilih oleh PT X adalah strategi keunggulan biaya, akan tetapi selama ini PT X tidak melakukan pengendalian yang berarti untuk mengukir terluasnya strategi tersebut dalam operasinya.

Untuk melakukan analisis pemacu biaya strategik pada PT X, langkah awal yang dilakukan adalah mengklasifikasi biaya-biaya operasi pada masing-masing departemen untuk masa 3 tahun berturut-turut, kemudian biaya per departemen dipecah menjadi biaya per fungsi utama yang ada untuk mengetahui biaya yang harus ditanggung oleh masing-masing fungsi utama serta menentukan persentase masing-masing terhadap total biaya.

Selanjutnya adalah menentukan pemacu biaya strategik yang terkait dalam masing-masing fungsi untuk dapat mengetahui persentase biaya yang dapat dipengaruhi oleh pemacu-pemacu biaya strategik yang ada. Dari analisis yang dilakukan di bab IV dapat dilihat bahwa pemacu biaya strategik yang mempunyai pengaruh besar terhadap total biaya operasi PT X adalah: kompleksitas produk, manajemen kualitas, hubungan antara badan usaha dengan para pemasok maupun pelanggan, pemanfaatan kapasitas pabrik, rancangan produk dan teknologi.

Setelah menerapkan analisis pemacu biaya ini diharapkan badan usaha dapat bersaing dengan badan usaha lain dan melakukan perbaikan-perbaikan yang diperlukan guna mempertahankan efisiensi yang sudah ada.

