

## ABSTRAK

Lingkungan persaingan yang semakin ketat membuat tiap badan usaha berusaha untuk dapat mempertahankan pangsa pasarnya dengan sebaik mungkin. Kalau dahulu badan usaha masih kurang berani dalam menghadapi persaingan langsung dengan para kompetitornya, maka sekarang persaingan langsung tidak dapat dihindari lagi, dan banyak badan usaha yang mulai menerapkan *confrontation strategy*. *Confrontation strategy* ini memiliki karakteristik yang disebut *survival triplet*. Dalam rangka menerapkan *confrontation strategy* inilah PT "X" menerapkan *target costing*.

Dengan menerapkan *target costing*, PT "X" yang bergerak dalam pembuatan sepatu boot PVC untuk pekerja ini berusaha untuk meraih pangsa pasarnya kembali. Pertama kali PT "X" akan melakukan survei tentang harga dan kualitas yang diinginkan oleh konsumen terhadap produk yang akan diluncurkan. Setelah itu, berdasarkan *target price* yang diperoleh, akan ditetapkan *target margin* yang diinginkan oleh PT "X", kemudian baru akan diperoleh *allowable cost*. Supaya produknya dapat laku di pasaran, maka estimasi biaya produksi (*drifting cost*) produk tidak boleh melebihi *allowable cost*.

Tetapi bagaimana cara untuk mengetahui apakah estimasi *product cost* PT "X" sudah akurat atau belum? Untuk itulah PT "X" perlu memiliki metode penghitungan biaya produk yang akurat, dan metode itu adalah *activity based costing*. Dengan ABC, pihak manajemen akan lebih terfokus pada aktivitas yang memicu biaya, dalam rangka *manage cost*.

Setelah menghitung estimasi biaya produknya dengan akurat, biasanya terjadi estimasi biaya produksi yang lebih tinggi dari *allowable cost*, untuk itu diperlukan *value engineering* untuk meminimumkan gap yang terjadi. Tujuan *value engineering* adalah untuk menentukan apakah *target cost* dapat tercapai atau tidak, tetapi dengan tidak melupakan kualitas dan *functionality* yang diinginkan oleh konsumen. *Value engineering* dapat dilakukan dengan analisa aktivitas yang efisien atau tidak, serta dengan mengubah komposisi bahan baku sehingga dapat diperoleh harga yang rendah tanpa mengubah kualitas.

Oleh karena tuntutan konsumen bahwa sepatu boot yang diinginkan harus lentur selain awet, maka PT "X" harus menambah satu komposisi bahan lagi (PVC expanded), walaupun harga bahan itu lebih mahal dari PVC biasa. Dan PT "X" akan berusaha untuk menyiasati hal tersebut dengan mengurangi komposisi bahan baku yang lain, dalam rangka mencapai *target cost*. Yang perlu diingat dalam pelaksanaan *target costing* haruslah melibatkan kerjasama antara *crossfunctional team* dan supplier.