

ABSTRAKSI

Adanya Peraturan Pemerintah No. 2 1996 tentang kebijakan Program Kendaraan Bermotor Nasional, membawa perubahan persaingan dalam industri otomotif Indonesia, kemudahan yang diberikan membuat harga Mobil Nasional jauh lebih lebih murah dibanding dengan mobil sejenis, dan memancing para usahawan untuk ikut terjun dalam industri ini, selain itu kebijakan ini juga menuntut untuk digunakannya komponen dalam negeri dalam prosentase tertentu. Hal ini juga berdampak pada industri knalpot yang merupakan salah satu komponen penting mobil, industri knalpot dituntut untuk mampu menghasilkan produk-produk dengan harga yang bersaing tetapi tetap dengan kualitas yang baik.

PT "X" yang bergerak dalam industri knalpot mobil memiliki strategi menjual produk yang dihasilkan dibawah harga pasar, tetapi biaya operasi juga mengalami pembengkakan yang signifikan. Selama ini PT "X" hanya mengadakan pengendalian pada fungsi penjualan dan produksi saja, tanpa melihat fungsi-fungsi lain dan tidak mencari pemicu yang sebenarnya yang mengakibatkan biaya meningkat.

Untuk hal itu maka sebaiknya PT "X" menjalankan Analisa Pemicu Biaya Strategik yang merupakan bagian dari *Strategic Cost Management*. Dalam *SCM* pengelolaan biaya tidak hanya dilihat dari faktor internal saja tetapi juga sampai keluar dari badan usaha, mempunyai perspektif jangka panjang dan mempertimbangkan strategi yang dipilih oleh badan usaha. Pemicu Biaya Strategik adalah analisa biaya dalam konteks yang lebih luas, dimana elemen-elemen strategik menjadi lebih jelas, formal dan eksplisit, menghapus anggapan bahwa hanya volume yang memicu biaya. Pemicu biaya strategik dibagi menjadi dua kelompok yaitu *Structural Cost Drivers* yang meliputi *Scale, Scope, Experience, Technology, Complexity*, dan *Executional Cost Drivers* yaitu: *Work Force Involvement, Total Quality Management, Capacity Utilitation, Plant Layout Efficiency, Product Configuration*, dan *Exploiting Linkages With Supplier and or Customer*.

Dalam pelaksanaannya total biaya PT "X" dikelompokkan menjadi biaya per departemen dan biaya per fungsi-fungsi utama yang ada dalam badan usaha. Kemudian dicari prosentase biaya per fungsi terhadap total biaya, selanjutnya prosentase ini digunakan dalam analisa pemicu biaya yang telah disebutkan diatas, mana saja yang memiliki proporsi terbesar. Pemicu biaya itu merupakan pendorong timbulnya biaya dalam PT "X". Untuk selanjutnya pemicu-pemicu tersebut dapat digunakan untuk mengendalikan biaya operasional secara keseluruhan dan menjalankan strategi yang dipilih.