

ABSTRAK SKRIPSI

Peningkatan keberadaan industri air mineral menuntut badan usaha untuk mengembangkan strategi bersaing yang tepat. Melalui strategi kompetitif badan usaha berusaha menentukan dan menetapkan suatu pendekatan yang dapat menghasilkan laba serta yang dapat dipertahankan untuk bersaing di dalam industrinya.

Untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya mendorong badan usaha untuk memiliki suatu *keunggulan strategik*. Untuk memiliki keunggulan strategik, badan usaha perlu memiliki wawasan yang lebih dibandingkan pesaing. Disini badan usaha harus menyadari pentingnya perhatian baik dari sisi internal maupun sisi eksternal.

Karena produk yang dihasilkan sejenis dengan kualitas yang relatif sama, maka persaingan terjadi pada *penentuan harga yang lebih kompetitif*. Sehingga strategi penetapan harga memegang peranan yang sangat penting untuk mempertahankan kedudukan konsumen dalam suatu badan usaha.

Salah satu terobosan yang paling sering dilakukan adalah melalui perencanaan dan pengendalian biaya yang nantinya mengarah pada peningkatan efisiensi dan profitabilitas badan usaha.

Metode yang berkaitan dengan kondisi di atas adalah *Target Costing*, yang merupakan metode untuk menentukan target biaya produk dan jasa dengan diawali analisis pasar dan pesaing terlebih dahulu untuk mengetahui strategi apa yang dijalankan dan berapa harga yang ditetapkan oleh pesaing. Selain itu juga dilakukan preferensi konsumen terhadap produk baik untuk masa kini maupun masa yang akan datang.

Target Costing juga merupakan alat yang berguna untuk menciptakan *Cost reduction* apabila harga yang diterima konsumen lebih rendah daripada biaya produk/jasa yang terjadi. Di dalam menciptakan cost reduction ini, Target costing menentukan Target price terlebih dahulu, kemudian target price tersebut dikurangkan dengan target laba yang diinginkan untuk menetapkan Target cost (Allowable cost). Setelah Allowable cost ditentukan, tim perencana akan mengestimasi elemen biaya produk guna menentukan estimasi biaya setiap komponen.

Proses pengurangan biaya tidak dapat dilakukan secara sekejap. Disini konsep *Activity Analysis* merupakan salah satu alat yang mendukung pelaksanaan konsep target costing dalam proses pengurangan biaya produk. Di dalam metode ini, aktivitas-aktivitas yang ada dalam badan usaha dianalisa untuk mengidentifikasi biaya-biaya mana yang seharusnya tidak perlu dikeluarkan dalam proses produksi (*non value added cost*).

Selanjutnya dilakukan usaha-usaha untuk mengurangi atau mengeliminasi biaya-biaya tersebut sehingga dapat dicapai efisiensi biaya.

Untuk membebankan produk secara akurat, maka pembebanan biaya berdasarkan sistem akuntansi tradisional sudah tidak sesuai lagi untuk digunakan karena akan menimbulkan distorsi. Sistem pembebanan biaya yang lebih tepat untuk digunakan adalah metode Activity based Costing (ABC). Dengan menerapkan metode ini, informasi mengenai costing akan menjadi lebih akurat karena metode ABC membebankan biaya berdasarkan aktivitas-aktivitas dan sumber daya yang dikonsumsi oleh produk tersebut.

Selain program pengurangan biaya, badan usaha diharapkan untuk tetap menjaga kualitas, dan pelayanan (servis) yang baik. Jadi dalam hal ini diharapkan adanya keseimbangan antara program pengurangan biaya, penentuan *harga yang kompetitif*, *kualitas*, *kegunaan (functionality)*, dan pelayanan dari produk yang dihasilkan sehingga dapat mempertahankan persepsi dan loyalitas konsumen.

