

## ABSTRAKSI

Perkembangan dunia usaha maju dengan semakin pesatnya. Perkembangan ini didukung dengan adanya deregulasi dan debirokratisasi yang dikeluarkan oleh pemerintah dan bertujuan untuk mempermudah dan memperlancar kegiatan usaha. Dengan segala kemudahan yang diberikan oleh pemerintah itu, maka menyebabkan timbulnya persaingan yang amat ketat dalam dunia usaha, yakni dengan munculnya pengusaha-pengusaha baru.

Untuk dapat bertahan dalam kancah persaingan bisnis dewasa ini, suatu badan usaha harus mampu menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, dimana barang dan jasa ini harus mempunyai *customer value* semaksimal mungkin. Apa sebenarnya arti dari *customer value* tersebut, serta mengapa sebuah badan usaha harus memiliki *customer value* semaksimal mungkin ? Yang dimaksud sebagai *customer value* disini adalah penilaian konsumen terhadap barang dan jasa yang dikonsumsi. Oleh karena konsumen mempunyai kebebasan untuk melakukan penilaian serta bebas melakukan pilihan, maka suatu badan usaha harus dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen agar dapat lebih unggul dibandingkan dengan badan usaha pesaingnya. Selain itu badan usaha juga harus lebih memperhatikan laba yang diperolehnya agar dapat bertahan dalam situasi persaingan yang semakin berat ini.

*Customer Value* dapat tercipta apabila suatu badan usaha mampu menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen, selain itu juga ketepatan pengiriman produk serta penetapan harga jual yang serendah mungkin tanpa harus mengurangi kualitas dari produk tersebut. Untuk itu badan usaha harus menyadari akan pentingnya pengelolaan sumber daya yang berlimpah secara lebih efektif dan efisien serta mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang terbatas. Badan usaha juga harus dapat menekan biaya yang dikonsumsi oleh tiap-tiap produk dan membebaskan biaya berdasarkan aktivitas yang dikonsumsi oleh tiap-tiap produk tersebut.

Suatu badan usaha yang menghasilkan bermacam-macam produk memerlukan adanya informasi yang akurat mengenai kapasitas produksi serta biaya-biaya yang dibutuhkan untuk mengkonsumsi jenis-jenis produk yang ada tersebut, dimana produk-produk itu nantinya akan di-*ranking* sesuai dengan biaya yang langsung berhubungan dengan produk dan kemampuannya untuk menciptakan *product value*.

Badan usaha tempat penelitian dilakukan terletak di Buduran, Sidoarjo. Badan usaha tersebut bergerak pada pembuatan produk mozaik. Produk yang dihasilkan antara lain mozaik tipe Aster, Borsalino, Catalia, Cherry, Fancy dan Galaxy. Proses produksi dari keenam tipe tersebut hampir sama.

Perbedaannya hanya terletak pada model dan lamanya proses produksi. Mesin yang digunakan adalah peralatan yang semi otomatis dan dirancang sedemikian rupa sehingga merupakan suatu rangkaian yang tak terpisahkan. Selain itu badan usaha tersebut belum memperhitungkan kapasitas dari mesin-mesinnya, waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan tiap-tiap jenis produk serta pemakaian biaya secara tepat, sehingga badan usaha tersebut sulit untuk menentukan produk mana yang akan diproduksi terlebih dahulu agar laba yang diperoleh dapat semaksimal mungkin.

Metode integrasi *Theory Of Constraints* dan *Activity Based Costing* merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk membantu badan usaha dalam memberikan informasi yang lebih akurat mengenai biaya produk dan kapasitas produksi, karena dengan metode integrasi TOC dan ABC ini dapat kita ketahui kendala-kendala apa saja yang terdapat dalam suatu proses produksi. Setelah mengetahui adanya kendala-kendala tersebut, maka dapat diambil suatu tindakan untuk mengoptimalkan kendala-kendala tersebut sehingga akhirnya *throughput* yang dihasilkan oleh badan usaha dapat ditingkatkan. Selain itu badan usaha dapat membebaskan biaya-biaya yang dibutuhkan dengan tepat berdasarkan aktivitas yang dikonsumsi oleh tiap-tiap produk tersebut.

Dengan adanya penggabungan tersebut akan diperoleh suatu hasil yang sangat bermanfaat bagi badan usaha, karena dari penggabungan tersebut akan memperlancar proses produksi, serta menghasilkan suatu urutan produk yang disebut dengan *product ranking*. Dimana dengan adanya *product ranking* tersebut dapat memberikan informasi bagi badan usaha untuk mengetahui produk mana yang akan diproduksi terlebih dahulu, sehingga laba yang dihasilkan nantinya dapat lebih maksimal. Selain itu kepuasan konsumen terhadap kualitas produk akan selalu terjamin. Dengan demikian badan usaha dapat *survive* dalam jangka panjang di tengah-tengah lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan kompleks.