

ABSTRAK

Dengan makin berkembangnya dunia usaha saat ini, menyebabkan persaingan yang ada juga semakin ketat. Saat ini konsumen yang menjadi fokus utama badan usaha bila badan usaha ingin tetap bertahan dalam persaingan, konsumen yang menentukan produk dan jasa apa yang dibutuhkan. Jadi produsen harus berusaha menyediakan produk dengan kualitas baik dengan harga yang dapat diterima oleh konsumen. Badan usaha harus mempunyai strategi bersaing yang tepat untuk dapat bertahan dan berhasil.

PT. "X" merupakan badan usaha yang memproduksi saos. Dalam persaingan antar badan usaha yang memproduksi saos harga merupakan faktor yang paling penting diperhatikan daripada fungsionalitas, karena seluruh badan usaha sejenis mampu menyediakan saos dengan kualitas dan fungsi yang sama tetapi dengan harga bervariasi.

Cara penentuan harga oleh PT. "X" adalah dengan metode *cost plus mark-up* yaitu dengan menghitung biaya terlebih dahulu kemudian ditambah dengan sejumlah *mark-up* tertentu. Tetapi ternyata harga yang ditawarkan PT. "X" dengan menggunakan metode ini lebih tinggi daripada harga yang ditawarkan pesaing dengan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga terjadi penurunan penjualan saos PT. "X".

Untuk itu akan didesain sebuah produk saos yang baru, meskipun di pasaran telah beredar tapi disini badan usaha ingin agar produk yang akan diproduksi ini dapat laku di pasaran terutama untuk masyarakat kelas menengah kebawah.

Salah satu alat manajemen biaya yang dapat digunakan pada tahap ini adalah *target costing*. Dengan *target costing* ini diharapkan agar beban pokok produksi yang dibebankan pada produk tersebut tidak terlalu besar sehingga dapat bersaing di pasaran. Penerapan *target costing* menyebabkan badan usaha untuk lebih berhati-hati dengan beban pokok produksi yang akan dikeluarkan untuk produk tersebut. Dalam penerapan *target costing* ini badan usaha pada mulanya menggunakan metode konvensional yaitu membebankan produk berdasarkan unit yang diproduksi.

Badan usaha harus melakukan berbagai macam perbaikan melalui proses *value engineering* agar dapat mencapai *target cost*. Pada proses *value engineering* ini dilakukan dengan mengurangi bahan baku utama yang digunakan tanpa mengurangi kualitas dari produk yang dihasilkan tersebut. *Value engineering* tersebut tidak dapat dilakukan hanya sekali saja tetapi harus dilakukan berulang kali untuk menghasilkan hasil yang maksimal dengan biaya yang minimal. Perhitungan biaya merupakan hal kritis yang harus diperhatikan oleh badan usaha, karena hal ini akan membantu manajemen dalam membuat berbagai kebijakan serta mengambil keputusan.