

## ABSTRAKSI

Seiring meningkatnya perkembangan teknologi informasi dan ketatnya persaingan menyebabkan konsumen lebih leluasa mendapatkan produk yang diinginkan. Disini selain kualitas yang tinggi, harga jual yang ditawarkan pada konsumen juga berperan penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Saat ini PT "X" sedang menghadapi persaingan yang ketat. Antara produk PT "X" dan pesaingnya memiliki kualitas produk dan pangsa pasar yang sama tetapi yang membedakan adalah tingkat harga jualnya. Harga jual produk PT "X" jauh lebih tinggi daripada harga jual pesaing, sehingga pangsa pasar PT "X" jauh lebih kecil. Oleh karena itu PT "X" harus melakukan upaya untuk menekan biaya produksinya seefisien mungkin. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah menerapkan *target costing* yang didukung dengan *process value analysis* yaitu dengan melakukan analisis aktivitas yang ada di perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada PT "X" di Surabaya dengan batasan penelitian pada tingkat harga jual kompetitif, tingkat laba yang diharapkan perusahaan dan aktivitas-aktivitas produksi yang dilakukan perusahaan

Dengan menggunakan *target costing* dan *process value analysis*, PT "X" dapat menghemat biaya produksi 4,11% dari total biaya produksi. Dengan mereduksi aktivitas-aktivitas tidak bernilai tambah (*non value added activities*) secara bertahap, PT "X" dapat menurunkan biaya produksinya dari Rp 1.138,00/unit menjadi Rp 1.091,00/unit. Turunnya biaya produk per unit menyebabkan turunnya harga jual dari Rp 1.250,00 menjadi Rp 1.196,00/unit sehingga PT "X" dapat meningkatkan daya saingnya.

Kata kunci: *Target costing, proses value analysis, non value added activity*