

## INTISARI

Manajemen mulai merasakan bahwa perusahaan seperti kehilangan *competitiveness*-nya, hal ini ditandai dengan gejala-gejala seperti banyak kalah dalam beberapa *tender* dengan alasan harga. Disamping itu beberapa pelanggan yang tidak loyal (*cost oriented only*), mulai *switch* ke kompetitor juga karena alasan harga. Manajemen menginginkan agar perusahaan menjadi lebih efisien pada sisi harga, sehingga lebih banyak *revenue* bisa diserap. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor biaya yang menjadikan harga jual tidak kompetitif, kemudian mengkaji faktor biaya tidak kompetitif mana yang menjadi prioritas dalam pelaksanaan program efisiensi biaya, serta membuat rencana tindakan perbaikan agar efisiensi biaya dapat terlaksana.

Penelitian dilakukan dengan cara mengelompokkan seluruh biaya pelaksanaan proyek ke dalam beberapa kategori, yaitu (1) peralatan, (2) material mentah, (3) biaya tenaga kerja, (4) biaya transportasi dan akomodasi, (5) biaya gaji karyawan, dan (6) biaya lain-lain untuk kebutuhan di proyek. Setelah seluruh biaya-biaya dalam pelaksanaan proyek dikelompokkan, kemudian dibuatkan *Pareto Chart* dan dianalisis pada item-item apa saja yang merupakan biaya-biaya yang terbesar dan signifikan yang dapat mempengaruhi harga jual. Setelah itu dilakukan analisis biaya-biaya dengan metoda tolok ukur (*internal benchmarking*), yaitu membandingkan dengan kantor cabang di Jepang dan Thailand.

Setelah dilakukan *internal benchmarking* dengan kantor cabang di Jepang dan Thailand, ada beberapa komponen biaya yang secara rata-rata masih “lebih mahal”. Komponen-komponen biaya tersebut terdiri dari biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*). Mengacu pada hasil penelitian, perusahaan masih memiliki peluang untuk menurunkan biaya sehingga diharapkan dapat menjadi lebih kompetitif dan dapat memenangkan persaingan.

**Kata Kunci :** Efisiensi Biaya, Daya Saing, *Benchmarking*, Jasa Konstruksi

## ***ABSTRACT***

*Management began to feel that the company seemed as if losing its competitiveness, it was characterized by symptoms like many lost in some of tenders by reason of prices. Besides, some customers who were not loyal (cost oriented only), began to switch to competitors for its price as well. Management wants the company to be more efficient in terms of price, so that more revenue can be generated. The purpose of this research was to identify the factors that make the cost of selling price not competitive, then examining the uncompetitive costs which become priority in the implementation of cost efficiency program, as well as creating a corrective action plan so that cost efficiency can be implemented.*

*The research was conducted by classifying the entire cost of the project into several categories: (1) equipments, (2) raw materials, (3) labor costs, (4) transportation and accommodation, (5) engineer's salary, and ( 6) other costs for project needs. After the entire costs of project implementation were categorized, then Pareto Chart was used to analyze any items which constitute the greatest costs and significant to affect the selling price. Once it was done, internal benchmark method was conducted for doing the cost analysis, which comparing the company's costs with the branch offices' costs in Japan and Thailand.*

*After internal benchmarking with branch offices in Japan and Thailand, there are some costs that on average still "more expensive". The components of these costs consist of direct costs and indirect costs. Referring to the results of research, the company still has the opportunity to reduce the cost of which is expected to become more competitive and may win the competition.*

**Keywords:** *Cost Efficiency, Competitiveness, Benchmarking, Construction*