

LAMPIRAN

Lampiran 1 Luaran Tugas Akhir



Smartsheet Activity Base Costing

Lampiran 2 Surat Validasi dan Umpan Balik dari UMKM Rapy Ray Medan Etalase

PERNYATAAN PERSETUJUAN VALIDASI LUARAN HASIL PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa saya telah melakukan evaluasi menyeluruh terhadap Tugas Akhir yang berjudul "Studi Eksplorasi *Strategic Management Accounting* Pada Korporasi Indonesia". Penelitian ini dilakukan oleh:

Nama : Aprilisa Anggraini
NIM : 2002010068
Program Studi : Akuntansi Perpajakan

Tugas Akhir ini berfokus pada laporan yang menjelaskan hasil eksplorasi 16 teknik *Strategic Management Accounting* yang dilakukan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi teknik *Strategic Management Accounting* yang paling banyak digunakan di Indonesia, membentuk basis data terkait *Strategic Management Accounting* dan merancang bentuk *Strategic Management Accounting* yang terimplementasi bagi Usaha Kecil dan Menengah. Tugas akhir ini dilakukan di bawah bimbingan :

Pembimbing : Hendra Agustinus H Marbun, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN : 0129088605
Program Studi : Akuntansi Perpajakan

Setelah melakukan tinjauan menyeluruh terhadap metodologi, proses pengumpulan data, dan analisis, saya menemukan bahwa hasil penelitian sesuai dengan tujuan penelitian. Temuan tugas akhir ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam bidang *Accounting* dan memberikan wawasan berharga tentang perhitungan biaya strategis menggunakan *Activity Based Costing* dalam penentuan harga pokok produksi yang lebih akurat dan meningkatkan mutu pembuatan keputusan.

Kami mendukung hasil dari tugas akhir ini dan memvalidasi kesimpulan yang dihasilkan. Upaya yang telah dilakukan oleh mahasiswa dalam melaksanakan tugas akhir ini patut diapresiasi, dan kami percaya bahwa karya ini akan bermanfaat bagi Rapy Ray Medan Etalase.

Pernyataan ini merupakan dukungan resmi terhadap hasil tugas akhir yang berdampak.

Mahasiswa Tugas Akhir

Aprilisa Anggraini
Nim. 2002010068

Deli Serdang, 06 Agustus 2024
Pembimbing

Hendra Agustinus H Marbun, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN. 0129088605

Kami yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Desi Andriani
Jabatan : Accounting
UMKM : Rapy Ray Medan Etalase

menyatakan bahwa kami telah menerima dan melakukan pemahaman komprehensif atas hasil tugas akhir yang berjudul Studi Eksplorasi *Strategic Management Accounting* Pada Korporasi Indonesia yang dilakukan oleh:

Nama : Aprilisa Anggraini
Perguruan Tinggi : Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia
Program Studi : Akuntansi Perpajakan
NIM : 2002010068

Penelitian ini berfokus pada laporan yang menjelaskan hasil eksplorasi 16 teknik *Strategic Management Accounting* yang dilakukan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi teknik *Strategic Management Accounting* yang paling banyak digunakan di Indonesia, membentuk basis data terkait *Strategic Management Accounting* dan merancang bentuk *Strategic Management Accounting* yang terimplementasi bagi Usaha Kecil dan Menengah. Temuan tugas akhir ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam bidang *Accounting* dan memberikan wawasan berharga tentang perhitungan biaya strategis menggunakan *Activity Based Costing* dalam penentuan harga pokok produksi yang lebih akurat dan meningkatkan mutu pembuatan keputusan.

Setelah melakukan evaluasi atas rekomendasi dan temuan dari tugas akhir ini, kami telah melihat implementasi perhitungan harga pokok produksi yang lebih akurat. Berikut adalah beberapa poin utama dari umpan balik kami:

1. Usaha Etalase Rapy Ray telah menggunakan *Activity Based Costing* untuk perhitungan biayanya
2. Penyajian *smartsheet* mirip dengan yang kami pakai namun milik peneliti lebih lengkap sehingga bisa menjadi referensi dan bahan evaluasi
3. Penyajian dapat mudah dipahami dan berguna untuk melihat tingkat profitabilitas tiap produk namun perlu ada penambahan kata biaya apabila sifat akun adalah mengurangi, serta perlu melakukan penambahan *template* untuk perhitungan laba bersih.

Secara keseluruhan, kami sangat mengapresiasi upaya dan kerja keras yang telah dilakukan oleh penulis dan pembimbing dalam melaksanakan tugas akhir ini. Temuan mereka sangat berharga bagi perkembangan dan perbaikan di Rapy Ray Etalase Medan. Kami berharap kolaborasi seperti ini dapat terus berlanjut di masa mendatang untuk mendukung inovasi dan peningkatan mutu di berbagai bidang.

Terima kasih atas kerja samanya.



[Rapy Ray Medan Etalase]
[Alamat : Jl Denai No.21 dan Kontak : 081362426514]

Lampiran 3 Indocement Tunggal Prakasa Tbk (INTP)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing			
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 4 Semen Baturaja (Persero) Tbk (SMBR)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	✗
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	✗	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	✗	✗

Lampiran 5 Solusi Bangun Indonesia Tbk (SMCB)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	☑	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT,	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing			
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 6 Semen Indonesia (Persero) Tbk (SMGR)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		terbaik di industri atau di antara pesaing.			
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 7 Waskita Beton Precast Tbk (WBP)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	☑

Lampiran 8 Wijaya Karya Beton Tbk (WTON)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	☑	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	☑	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance	✗	✗	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators			
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 9 Asahimas Flat Glass Tbk (AMFG)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan,	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		penurunan, dan pembuangan			
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	☑	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	✗	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit,	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.			
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 10 Arwana Citra Mulia Tbk (ARNA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Scorecard (BSC), Key Performance Indicators			
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 11 Cahayaputra Asa Keramik Tbk (CAKK)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik,	☑	☑	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	X	X	X
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	X	X
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	X	X	X
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	X	X	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	X	X
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	X	X	X
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil	X	<input checked="" type="checkbox"/>	X

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		perusahaan dengan para pesaing			
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	✗	✗

Lampiran 12 Inti Keramik Alam Industri Tbk (KIAS)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)			
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	✗	☑

Lampiran 13 Mulia Industrindo Tbk (MLIA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik,	✗	☑	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	X	X	X
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	X	X
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	X	X	X
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	X	X	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	X	X	X
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	X	<input checked="" type="checkbox"/>	X
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	X	X	X
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil	X	X	X

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		perusahaan dengan para pesaing			
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 14 Surya Toto Indonesia (TOTO)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	☑	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	✗	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)			
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 15 Alaskan Industrindo Tbk (ALKA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu			
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 16 Saranacentral Bajatama Tbk (BAJA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	☑	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 17 Gunawan Dianjaya Steel Tbk (GDST)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	✗
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 18 Raja Paksi Tbk (GGRP)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic,</i>	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		<i>high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>			
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	☑

Lampiran 19 Indal Alumunium Industry Tbk (INAI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 20 Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk (ISSP)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic,</i>	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		<i>high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>			
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 21 Krakatau Steel (Persero) Tbk (KRAS)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan			
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	☑

Lampiran 22 Lion Metal Works Tbk (LION)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	✗

Lampiran 23 Lionmesh Prima Tbk (LMSH)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 24 Pelat Timah Nusantara Tbk (NIKL)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT,	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing			
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 25 Tembaga Mulia Semanan Tbk (TBMS)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		terbaik di industri atau di antara pesaing.			
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	✗	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	☑

Lampiran 26 Duta Pertiwi Nusantara Tbk (DPNS)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 27 Intan Wijaya International Tbk (INCI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		(IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators			
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	☑

Lampiran 28 Madusari Murni Indah (MOLI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 29 Indo Acitama Tbk (SRSN)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	☑

Lampiran 30 Chandra Asri Petrochemical Tbk (TPIA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk,	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 31 Unggul Indah Cahaya Tbk (UNIC)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)			
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 32 Argha Karya Prima Industry Tbk (AKPI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	✗	✗
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 33 Lotte Chemical Titan Tbk (FPNI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic,</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		<i>high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>			
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 34 Champion Pasific Indonesia Tbk (IGAR)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan			
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 35 Impack Pratama Industri Tbk (IMPC)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 36 Indopoly Swakarsa Industry Tbk (IPOL)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	✗	✗
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 37 Panca Budi Idaman Tbk (PBID)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT,	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing			
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 38 Tunas Alfin Tbk (TALF)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga	☑	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		mengirimkannya pada pelanggan			
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	✗	✗

Lampiran 39 Yana Prima Hasta Persada Tbk (YPAS)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT,	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing			
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 40 Charoen Pokphand Indonesia Tbk (CPIN)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang	☑	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		terbaik di industri atau di antara pesaing.			
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 41 Japfa Comfeed Indonesia Tbk(JFPA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 42 Malindo Feedmill Tbk (MAIN)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		(IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators			
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 43 Searad Produce Tbk (SIPD)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	✗	✗

Lampiran 44 Indonesia Fireboard Industry Tbk (IFII)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 45 SLJ Global Tbk (SULI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk,	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	☑	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 46 Tirta Mahakam Resources Tbk (TIRT)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)			
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 47 Alkindo Naratama Tbk (ALDO)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 48 Fajar Surya Wisesa Tb (FASW)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic,</i>	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		<i>high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>			
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 49 Toba Pulp Lestari Tbk (INRU)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan			
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 50 Suparma Tbk (SPMA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 51 Ateliers Mecaniques D'Indonesie Tbk (AMIN)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 52 Arkha Jayanti Persada Tbk (ARKA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT,	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing			
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 53 Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk (GMFI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		terbaik di industri atau di antara pesaing.			
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	✗	✗

Lampiran 54 Astra International Tbk (ASII)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 55 Astra Otoparts Tbk (AUTO)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		(IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators			
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 56 Garuda Metallindo Tbk (BOLT)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	✗	✗
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lampiran 57 Indo Kordsa Tbk (BRAM)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	✗	✗

Lampiran 58 Goodyear Indonesia Tbk (GDYR)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk,	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 59 Gajah Tunggal Tbk (GJTL)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)			
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 60 Indomobil Sukses International Tbk (IMAS)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lampiran 61 Indospring Tbk (INDS)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic,</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		<i>high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>			
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 62 Prima Alloy Steel Universal Tbk (PRAS)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan			
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 63 Selamat Sempurna Tbk (SMSM)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 64 Polychem Indonesia Tbk (ADMG)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 65 Trisula Textile Industries Tbk (BELL)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	✗	✗
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT,	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing			
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 66 Century Textile Industry Tbk (CNTB)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		terbaik di industri atau di antara pesaing.			
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 67 Eratex Djaya Tbk (ERTX)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 68 Ever Shine Tbk (ESTI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		(IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators			
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 69 Panasia Indo Resources Tbk (HDTX)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lampiran 70 Asia Pacific Investama Tbk (MYTX)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Scorecard (BSC), Key Performance Indicators			
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja peSCCsaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	✗

Lampiran 71 Pan Brothers Tbk (PBRX)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik,	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	X	X	X
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	X	X	X
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	X	X	X
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	X	X	X
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	X	X	X
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	X	X	X
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	X	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	X	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil	X	X	X

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		perusahaan dengan para pesaing			
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 72 Golden Flower Tbk (POLU)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)			
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 73 Asia Pacific Fibers Tbk (POLY)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu			
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 74 Sri Rejeki Isman Tb (SRIL)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	☑

Lampiran 75 Sunson Textile Manufacturer Tbk (SSTM)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 76 Stra Petrochem Tbk (STAR)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic,</i>	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		<i>high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>			
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 77 Tifico Fiber Indonesia Tbk (TFCO)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan			
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 78 Trisula International Tbk (TRIS)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 79 Mega Perintis Tbk (ZONE)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 80 Sepatu Bata Tbk (BATA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT,	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing			
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 81 Primarindo Asia Infrastructure Tbk (BIMA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		terbaik di industri atau di antara pesaing.			
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 82 Communication Cable System Indonesia Tbk (CCSI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 83 Sumi Indo Kabel Tbk (IKBI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		(IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators			
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 84 Jembo Cable Company Tbk (JECC)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 85 KMI Wire And Cable Tbk (KBLI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 86 Supreme Cable Manufacturing and Commerce Tbk (SCCO)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk,	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	✗	✗
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 87 Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, PT (AISA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)			
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 88 Tri Banyan Tirta Tbk, PT (ALTO)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 89 Campina Ice Ccream Industry Tbk, PT (CAMP)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	✗	✗
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic,</i>	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		<i>high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>			
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 90 Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT (CEKA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan			
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 91 Sariguna Primatirta Tbk, PT (CLEO)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 92 Wahana Interfood Nusantara Tbk, PT (COCO)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 93 Delta Djakarta Tbk (DLTA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT,	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing			
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 94 Diamond Food Indonesia Tbk,PT (DMND)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		terbaik di industri atau di antara pesaing.			
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 95 Sentra Food Indonesia Tbk, PT (FOOD)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 96 Garudafood Putra Putri Jaya Tbk, PT (GOOD)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		(IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators			
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 97 Buyung Poetra Sembada Tbk, PT (HOKI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	✗	✗
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 98 Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT(ICBP)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 99 Era Mandiri Cemerlang Tbk (IKAN)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk,	✗	✗	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 100 Indofood Sukses Makmur Tbk, PT (INDF)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)			
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 101 Mulia Boga Raya Tbk, PT (KEJU)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 102 Multi Bintang Indonesia Tbk, PT (MLBI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic,</i>	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		<i>high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>			
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 103 Mayora Indah TBK, PT (MYOR)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan			
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 104 Nippon Indosari Corporindo Tbk, PT (ROTI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lampiran 105 Sekar Bumi Tbk, PT (SKBM)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 106 Sekar Laut Tbk, PT (SKLT)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT,	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing			
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 107 Siantar Top Tbk, PT (STTP)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		terbaik di industri atau di antara pesaing.			
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	✗	✗

Lampiran 108 Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, PT (ULTJ)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 109 Gudang Garam Tbk (GGRM)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		(IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators			
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 110 Handjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 111 Indonesia Tobacco Tbk (ITIC)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 112 Bentoel International Investama Tbk (RMBA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik,	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil	☑	☑	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		perusahaan dengan para pesaing			
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 113 Wismilak Inti Makmur Tbk (WIIM)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)			
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 114 Darya Variao Laboratoria Tbk (DVLA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 115 Indofarma (Persero) Tbk (INAF)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya	☑	☑	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)			
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 116 Kimia Farma (Persero) Tbk (KAEF)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 117 Kalbe Farma Tbk (KLBF)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic,</i>	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		<i>high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>			
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 118 Merck Indonesia Tbk (MERK)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan			
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	✗	✗

Lampiran 119 Phapros Tbk,PT (PEHA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	☑	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	✗	✗
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 120 Pyridam Farma Tbk (PYFA)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	✗	
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 121 Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT,	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing			
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	✗	✗
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	✗	✗

Lampiran 122 Tempo Scan Pasific Tbk (TSPC)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		terbaik di industri atau di antara pesaing.			
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 123 Akasha Wira International Tbk (ADES)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	✗	✗
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 124 Kino Indonesia Tbk (KINO)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		(IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators			
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	✗	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 125 Martina Berto Tbk (MBTO)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	✗	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 126 Mustika Ratu Tbk (MRAT)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	✗	✗
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	☑	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 127 Mandom Indonesia Tbk (TCID)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk,	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk			
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	☑	☑
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	✗	✗
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	X	X	X
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	X	X	X
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	X	X	X

Lampiran 128 Unilever Indonesia Tbk (UNVR)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	X	X	X
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	X	X	X
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	X	X	X
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	X	X	X
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)			
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑

Lampiran 129 Chitose International Tbk, PT (CNIT)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	☑	☑	☑
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	☑	☑
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	☑	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 130 Kedaung Indah Can Tbk, PT (KICI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic,</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		<i>high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>			
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	✗	✗	✗
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	☑	☑
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	☑	☑	☑
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	☑	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	☑	☑
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	✗	☑	☑

Lampiran 131 Langgeng Makmur Industry Tbk, PT (LMPI)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	☑	☑	☑
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	✗	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	✗	✗	✗
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan	☑	✗	✗

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
		serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan			
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Lampiran 132 Indocabinet Tbk, PT (WOOD)

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
1.	Penetapan biaya atribut	Biaya kualitas, harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan	✗	✗	✗
2.	Penetapan biaya siklus hidup	Biaya pembelian, operasional, pemeliharaan, penurunan, dan pembuangan	☑	☑	☑
3.	Penetapan biaya kualitas	Biaya pelatihan karyawan, kontrol proses statistik, sertifikasi pemasok, penguatan desain produk, biaya pengujian pemantauan masalah produk, biaya kegagalan produk	☑	☑	☑
4.	Penetapan biaya target	Perencanaan harga produk baru sebelum proses produksi	✗	✗	✗
5.	Penetapan biaya rantai nilai	Seluruh biaya yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas dalam penciptaan produk hingga mengirimkannya pada pelanggan	✗	✗	✗
6.	Pembandingan	membandingkan kinerja produk, layanan, atau prosesnya dengan yang terbaik di industri atau di antara pesaing.	✗	✗	✗
7.	Pengukuran kinerja terintegrasi	Performance Prism, Integrated Performance Measurement Systems (IPMS), and Balanced Scorecard (BSC), Key Performance Indicators	✗	✗	✗
8.	Penetapan biaya strategis	Analisis biaya aktivitas (Activity-Based Costing, ABC), Analisis Nilai (Value Analysis), Manajemen Biaya Siklus Hidup (Life Cycle Cost Management)	☑	☑	☑
9.	Penetapan harga yang strategis	<i>Pricing strategies that include loss leader, competition-based, dynamic, high-low, basing point, captive, skimming, and penetration pricing</i>	✗	✗	✗
10.	Penilaian merek	<i>Mind Share, Market Share, Commitment Share</i>	☑	☑	☑

No.	Teknik SMA	Penjelasan	2020	2021	2022
11.	Penilaian biaya pesaing	Identifikasi pesaing, analisis dan bandingkan konten pesaing, analisis SWOT, penentuan industri, penilaian kekuatan utama, penilaian faktor kunci keberhasilan nilai setiap pesaing	✗	✗	✗
12.	Pemantauan posisi kompetitif	Monitoring tren penjualan pesaing, biaya per unit, pangsa pasar, volume, dan laba atas penjualan.	✗	✗	✗
13.	Penilaian kinerja pesaing	Menilai dan membandingkan kinerja, strategi, dan hasil perusahaan dengan para pesaing	✗	✗	✗
14.	Analisis profitabilitas pelanggan	Penentuan keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh pelanggan atau segmen pelanggan tertentu	✗	✗	✗
15.	Analisis Profitabilitas pelanggan seumur hidup	Pengembangan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.	☑	☑	☑
16.	Penilaian pelanggan sebagai aset	Meningkatkan kepuasan pelanggan	☑	☑	☑