

## **ABSTRACT**

*At this time companies began moving toward international trade by the exchange of goods and services with companies in other countries. This makes the business more competitive. In a competitive market, prices become out of control the company. That is, companies must be able to streamline the costs incurred in order to offer products that consumers want at the price (target price) at the same time achieve the desired level of company profit (profit target).*

*Target costing helps managers in managing the costs that occur in the company. Target cost is obtained from the difference between the target price with profit targets. This method uses market prices (market based) as a reference for calculating the target cost that must be achieved if the company wants to obtain the desired target profit. The method I use in this research is descriptive analysis. Data collection by observation, interview and literature study. The research object is the CV writer. X is located at Jalan Raya Cibabat No. Cimahi 420-Bandung. The study was conducted from September to December, with the data used for 1 year from January to December 2009.*

*The result showed that the CV. X has not applied the method of target costing. Although the CV. X in the sale price very concerned about market prices, but in calculating the cost of the product, CV. X only consider the costs that can be traced (ie, costs that can be clearly identified and can be directly charged to cost objects) and costs which can not be traced (charged at 25 percent of the cost that can be traced). It is not appropriate, therefore, the authors classify costs based on the behavior of cost (cost behavior), by classifying between fixed cost and variable cost. The purpose of the classification of these costs is to investigate and analyze the cost drivers of each cost. Therefore, it can be done cost reduction, for the expected profit can be achieved.*

*By comparing the HPP based on traditional methods with target cost, the product is obtained that the three types of socks were not reaching the target cost. This is possible due to the inefficiency and / or product ready for sale is not in accordance with market demand. Therefore, the CV. X must perform value engineering method. Value engineering suggestions submitted by the author is one method for reducing costs, by reducing nonvalue-added cost, and value engineering is very suitable for use in a company that has stood for many years. Thus, the target cost can be achieved because of the cost reduction and support the achievement of the expected profit.*

## ABSTRAK

Pada saat ini perusahaan-perusahaan mulai bergerak menuju perdagangan internasional dengan adanya tukar menukar barang dan jasa dengan perusahaan-perusahaan di negara lain. Hal ini membuat dunia usaha semakin kompetitif. Dalam pasar yang kompetitif, harga menjadi di luar kendali perusahaan. Maksudnya, perusahaan harus mampu mengefisienkan biaya yang terjadi agar dapat menawarkan produknya pada harga yang diinginkan konsumen (*target price*) sekaligus mencapai tingkat laba yang diinginkan perusahaan (*target profit*).

*Target costing* membantu manajer dalam mengelola biaya-biaya yang terjadi di dalam perusahaan. *Target cost* diperoleh dari selisih *target price* dengan *target profit*. Metode ini menggunakan harga pasar (*market based*) sebagai acuan untuk menghitung *target cost* yang harus dicapai jika perusahaan ingin memperoleh *target profit* yang diinginkan. Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Objek penelitian penulis adalah CV. X yang berlokasi di Jalan Raya Cibabat No. 420 Cimahi- Bandung. Penelitian dilakukan mulai bulan September sampai Desember, dengan data yang digunakan selama 1 tahun mulai Januari- Desember 2009.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. X belum menerapkan metode *target costing*. Walaupun CV. X dalam menetapkan harga jual sangat memperhatikan harga pasar, namun dalam perhitungan harga pokok produk, CV. X hanya memperhitungkan biaya yang dapat ditelusuri (yaitu biaya yang dapat diidentifikasi dengan jelas dan dapat langsung dibebankan kepada *cost object*) dan biaya yang tidak dapat ditelusuri (dibebankan sebesar 25 persen dari biaya yang dapat ditelusuri). Hal ini kurang tepat, oleh karena itu, penulis mengklasifikasi biaya berdasarkan perilaku *cost (cost behaviour)*, dengan mengelompokkan antara *fixed cost* dan *variable cost*. Tujuan dari pengklasifikasian biaya tersebut adalah untuk mengetahui dan menganalisis *cost driver* setiap biaya. Dengan demikian dapat dilakukan pengurangan biaya, agar laba yang diharapkan dapat tercapai.

Dari hasil perbandingan COGM berdasarkan *traditional method* dengan *target cost*, diperoleh bahwa ketiga jenis produk kaos kaki tersebut tidak mencapai *target cost*. Hal ini dimungkinkan karena terjadi ketidakefisienan dan atau produk yang siap dijual tidak sesuai dengan keinginan pasar. Oleh karena itu, CV. X harus melakukan metode *value engineering*. Saran *value engineering* yang diajukan penulis adalah salah satu metode untuk pengurangan biaya, dengan mengurangi *nonvalue-added cost*, dan *value engineering* sangat cocok digunakan pada perusahaan yang telah berdiri bertahun-tahun lamanya. Dengan demikian, *target cost* dapat tercapai karena adanya pengurangan biaya dan mendukung tercapainya laba yang diharapkan.

Kata- kata kunci : *target profit, target price, target cost, laba, value engineering*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	6
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Biaya .....	9
2.1.1 Pengertian Biaya .....	9
2.1.2 Klasifikasi Biaya .....	10
2.2 Biaya Produksi .....	14
2.2.1 Pengertian Biaya Produksi .....	14
2.2.2 Unsur-unsur Biaya Produksi .....	15
2.2.2.1 Biaya Bahan Baku .....	15
2.2.2.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung .....	16
2.2.2.3 Biaya Produksi Tidak Langsung.....	17
2.2.3 Sistem Perhitungan Biaya .....	18

2.2.3.1 <i>Job Order Costing</i> .....	19
2.2.3.2 <i>Process Costing</i> .....	20
2.2.3.3 <i>Hybrid Costing</i> .....	21
2.3 <i>Cost of Good Manufacture (COGM)</i> .....	23
2.3.1 <i>Pengertian Cost of Good Manufacture (COGM)</i> .....	22
2.3.2 <i>Tujuan Penetapan Cost of Good Manufacture (COGM)</i> .....	23
2.3.3 <i>Metode Penetapan Cost of Good Manufacture (COGM)</i> .....	23
2.3.3.1 <i>Variable Costing</i> .....	24
2.3.3.2 <i>Absorption Costing</i> .....	24
2.3.3.3 <i>Super Variable Costing/Throughput Costing</i> .....	25
2.4 <i>Metode Pembebanan Biaya pada Produk</i> .....	26
2.4.1 <i>Traditional Costing System</i> .....	26
2.5 <i>Harga Jual Produk</i> .....	27
2.5.1 <i>Faktor- faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual</i> .....	27
2.5.2 <i>Metode Penetapan Harga Jual Produk</i> .....	28
2.6 <i>Target Costing</i> .....	29
2.6.1 <i>Pengertian Target Costing</i> .....	30
2.6.2 <i>Langkah- langkah Penerapan Target Costing</i> .....	34
2.6.3 <i>Manfaat Target Costing</i> .....	37
2.7 <i>Laba</i> .....	38
2.7.1 <i>Pengertian Laba</i> .....	38
2.7.2 <i>Jenis-jenis Laba</i> .....	39
2.7.3 <i>Faktor yang Mempengaruhi Laba</i> .....	40
2.7.4 <i>Tujuan Perhitungan Laba</i> .....	41
2.6 <i>Hubungan Antara Target Costing dengan</i>	
<i>Pencapaian Laba yang Diharapkan</i> .....	41
<b>BAB 3. METODE DAN OBJEK PENELITIAN</b> .....	43
3.1 <i>Metode Penelitian</i> .....	43
3.1.1 <i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	43
3.1.2 <i>Langkah- langkah Penelitian</i> .....	44
3.1.3 <i>Variabel Penelitian</i> .....	45
3.2 <i>Objek Penelitian</i> .....	46

3.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	46
3.2.2 Struktur Organisasi dan Deskripsi Kerja.....	47
3.2.2.1 Struktur Organisasi .....	47
3.2.2.2 Deskripsi Kerja .....	49
3.2.3 Aktivitas Perusahaan.....	52
<b>BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Biaya-biaya yang Timbul (produksi dan <i>non-</i> produksi) dan Pengklasifikasian Biaya pada CV. X .....	54
4.2 Perhitungan COGM Menurut CV. X .....	63
4.3 Penetapan Harga Jual di CV. X .....	67
4.4 Penerapan <i>Target Costing</i> pada CV. X.....	68
4.4.1 Penetapan <i>Target Price</i> .....	68
4.4.2 Penetapan <i>Target Profit</i> .....	69
4.4.3 Penetapan <i>Target Cost</i> .....	70
4.4.4 Penerapan <i>Target Costing</i> dalam Penetapan COGM.....	71
4.5 Peranan <i>Target Costing</i> dalam Mencapai Tingkat Laba yang Diharapkan ....	82
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	

## DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 4.1 Klasifikasi biaya pada CV. X tahun 2009.	60
Tabel 4.2 Klasifikasi biaya pada CV. X tahun 2009 berdasarkan perilaku <i>cost</i> .	62
Tabel 4.3 COGM per jenis kaos kaki per lusin.	65
Tabel 4.4 <i>Target price</i> CV. X pada tahun 2009.	69
Tabel 4.5 Perhitungan <i>target profit</i> CV. X.	70
Tabel 4.6 <i>Target cost</i> setiap jenis kaos kaki (per lusin).	71
Tabel 4.7 Perbandingan COGM menurut perusahaan dengan <i>target costing</i> .	71

## DAFTAR GAMBAR

halaman	
Gambar 2.1 <i>LifeCycleCosting</i> .	31
Gambar 3.1 Struktur organisasi CV .X.	48