

ABSTRACT

In the current economic conditions, goods from abroad are often the alternative choice of consumers because the price is cheaper, or better quality. Therefore the company should be able to produce products that can compete in price and quality. Companies are required to look for alternatives and take the right decision for the company to survive, compete and thrive. In this regard, this study tries to analyze the implementation of target costing in determining the selling price and production cost control on the CV. Carstensz. This study includes a descriptive study and using quantitative data. These results indicate that by using the method of target costing companies can control costs by saving Rp 2,090 per unit to manufacture vest drahrim and Rp 3,665 per unit to produce the holster. Thus, the company's profit will increase compared to the previous. Companies can also set the selling price is equal to 40% of the sale price, without prejudice to the desired profit.

Key words: target costing, selling price, production cost

ABSTRAK

Pada kondisi perekonomian saat ini, barang-barang dari luar negeri seringkali menjadi pilihan alternatif konsumen karena harga yang ditawarkan lebih murah, atau kualitasnya lebih baik. Maka dari itu perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang dapat bersaing secara harga maupun kualitas. Perusahaan dituntut untuk mencari alternatif dan mengambil keputusan yang tepat agar perusahaan dapat bertahan hidup, bersaing dan berkembang. Berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mencoba untuk melakukan analisis penerapan *target costing* dalam penetapan harga jual dan pengendalian biaya produksi pada CV. Carstensz. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dan menggunakan data kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan metode *target costing* perusahaan dapat mengendalikan biaya dengan menghemat Rp 2.090 per unit untuk memproduksi rompi drahrim dan Rp 3.665 per unit untuk memproduksi sarung pistol. Dengan demikian, laba perusahaan akan meningkat dibandingkan sebelumnya. Perusahaan juga dapat menetapkan harga jual yaitu sebesar 40% dari harga jual, tanpa mengurangi laba yang diinginkan.

Kata kunci: biaya target, harga jual, biaya produksi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Biaya	7
2.1.1.1 Pengertian Biaya	7
2.1.1.2 Klasifikasi Biaya	8
2.1.2 <i>Target Costing</i>	8
2.1.2.1 Pengertian <i>Target Costing</i>	8

2.1.2.2 Tujuan <i>Target Costing</i>	9
2.1.2.3 Manfaat dari <i>Target Costing</i>	9
2.1.2.4 Prinsip-prinsip Penerapan <i>Target Costing</i>	10
2.1.2.5 Model Penerapan <i>Target Costing</i>	12
2.1.2.6 Karakteristik <i>Target Costing</i>	13
2.1.2.7 Kendala Menerapkan <i>Target Costing</i>	13
2.1.3 Harga Jual	14
2.1.3.1 Pengertian Harga Jual	14
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga Jual	14
2.1.3.3 Sasaran Penetapan Harga Jual	15
2.1.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual	16
2.1.3.5 Metode Penetapan Harga Jual	18
2.1.3.6 Strategi Penetapan Harga Jual	19
2.1.3.7 Alternatif Strategi Penetapan Harga Jual	20
2.1.4 Pengendalian Biaya Produksi	22
2.1.4.1 Pengertian Biaya Produksi	22
2.1.4.2 Hubungan antara <i>Target Costing</i> dan Pengendalian Biaya	22
2.1.4.3 Pengertian Biaya Produksi	23
2.1.4.4 Unsur-unsur Biaya Produksi	23
2.1.4.5 Macam-macam Biaya Produksi	24
2.1.5 Perbedaan Penentuan Harga Pokok	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran	27

BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.3.1 Jenis Data	31
3.3.2 Sumber Data	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Metode Analisi Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	36
4.1.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan	36
4.1.1.2 Uraian Tugas	37
4.1.2 Perhitungan Biaya Produksi	38
4.1.2.1 Biaya Bahan Baku Langsung	38
4.1.2.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung	41
4.1.2.3 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	42
4.1.2.4 Hasil Perhitungan Biaya Produksi	43
4.1.3 Perhitungan <i>Target Costing</i>	45
4.2 Pembahasan	48
4.2.1 Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> dalam Penetapan Harga Jual	48
4.2.2 Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> dalam Pengendalian Biaya Produksi	48

4.2.3 Implikasi.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Simpulan	52
5.2 Saran	53
5.3 Keterbatasan Penelitian	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN PENELITIAN	58
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 <i>Target Costing Model</i>	12
Gambar 2 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3 Struktur Organisasi CV. Carstensz	37

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Perbedaan Penentuan Harga Pokok 24
Tabel II	Data Produksi Rompi Drahrim CV. Carstensz 39
Tabel III	Biaya Bahan Baku Langsung Rompi Drahrim CV. Carstensz 39
Tabel IV	Data Produksi Sarung Pistol CV. Carstensz 40
Tabel V	Biaya Bahan Baku Langsung Sarung Pistol CV. Carstensz 40
Tabel VI	Hasil Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung 42
Tabel VII	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik CV. Carstensz 42
Tabel VIII	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Rompi Drahrim dan Sarung Pistol 43
Tabel IX	Perhitungan Biaya Produksi Rompi Drahrim pada CV. Carstensz 43
Tabel X	Jumlah Biaya Produksi Rompi Drahrim pada CV. Carstensz 44
Tabel XI	Perhitungan Biaya Produksi Sarung Pistol pada CV. Carstensz 44
Tabel XII	Jumlah Biaya Produksi Sarung Pistol pada CV. Carstensz 45
Tabel XIII	Perhitungan <i>Target Costing</i> Rompi Drahrim pada CV. Carstensz 46
Tabel XIV	Perhitungan <i>Target Costing</i> Sarung Pistol pada CV. Carstensz 47
Tabel XV	Perhitungan Laba dalam Penjualan Produk (menurut <i>Target costing</i>) 48
Tabel XVI	Perbandingan Biaya menurut Perusahaan dengan menggunakan <i>Target Costing</i> dalam Biaya Produksi Rompi Drahrim 49
Tabel XVII	Perbandingan Biaya menurut Perusahaan dengan menggunakan <i>Target Costing</i> dalam Biaya Produksi Sarung Pistol 49