

ABSTRACT

This study aims can determine the product cost calculation and determine the selling price by PT “X” and also to determine whether the method of value engineering (one of the tools of target costing) to determine the selling price is more favorable for PT “X”. The benefit as consideration or an alternative for decision-making in planning the sale price with a target-based costing. One of the forms of cost management is to use target costing, where the method can be used to determine the expected costs for a product based on competitive prices, so that the product is able to compete and generate the expected profits. Through value engineering method (one of the tools of target costing) then can be decided the target selling price that is more favorable for PT “X” is Rp 118.701,82 in pair. The selling price set by PT “X” previously was Rp 120.000,00 in pair. After application of target costing, the company can reduce the cost of production without losing existing functionality into the alternative 1 is Rp 89.168,81. Suggestions that can be submitted from the results of this research for the company is the company may reconsider the right selling price for loafers.

Keywords: *Target costing, selling price, profit, cost*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produk dan penentuan harga jual yang dilakukan oleh PT “X” dan juga untuk mengetahui apakah metode *value engineering* (salah satu alat dari *target costing*) dapat menentukan harga jual produk yang lebih menguntungkan bagi PT “X”. Salah satu bentuk pengelolaan biaya adalah dengan menggunakan *target costing*, dimana metode tersebut dapat digunakan untuk menentukan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut mampu bersaing dan menghasilkan laba yang diharapkan. Adapun manfaat sebagai pertimbangan atau alternatif untuk pengambilan keputusan dalam perencanaan harga jual dengan berbasis *target costing*. Melalui metode *value engineering* (salah satu alat dari *target costing*) maka dapat ditentukan target harga jual produk yang lebih menguntungkan bagi PT “X” yaitu sebesar Rp 118.701,82 per pasang. Harga jual yang ditetapkan oleh PT “X” sebelumnya yaitu Rp 120.000,00 per pasang. Setelah dilakukan penerapan *target costing*, maka perusahaan dapat menekan biaya produksinya tanpa menghilangkan fungsi yang sudah ada sebelumnya menjadi alternatif 1 yaitu Rp 89.168,81. Saran yang dapat diajukan dari hasil penelitian ini untuk perusahaan adalah perusahaan dapat mempertimbangkan kembali harga jual yang tepat untuk sepatu pantofel tersebut.

Kata kunci: *Target costing*, harga jual, laba, biaya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.3.1 Maksud Penelitian.....	4
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pengertian <i>Target Costing</i>	6
2.1.1 Tujuan dan Alasan Menggunakan <i>Target Costing</i>	9

2.1.2	Model Perhitungan <i>Target Costing</i>	11
2.1.2.1	<i>Tear Down Analysis</i>	12
2.1.2.2	<i>Value Engineering</i>	13
2.1.2.3	<i>Reengineering</i>	15
2.1.3	Proses <i>Target Costing</i>	16
2.2	Definisi Biaya.....	21
2.2.1	Biaya.....	21
2.2.2	Beban.....	22
2.2.3	Klasifikasi Biaya.....	23
2.2.3.1	Biaya dalam Hubungan dengan Produk.....	23
2.2.3.2	Biaya dalam Hubungan dengan Volume Produksi.....	26
2.2.3.3	Biaya dalam Hubungan dengan Periode Waktu.....	29
2.3	Penentuan Harga Pokok Produk.....	29
2.4	Penentuan Harga Pokok Standar.....	31
2.5	Metode Penentuan Harga Jual.....	35
2.6	Kerangka Berpikir.....	38
BAB III	METODE PENELITIAN.....	40
3.1	Objek Penelitian.....	40
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
3.3	Metode Penelitian.....	40
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.5.1	Jenis Data.....	41
3.5.2	Sumber Data.....	41

3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Ruang Lingkup dan Tujuan Pembahasan.....	44
4.2 Data Umum Perusahaan.....	44
4.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	44
4.2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
4.2.3 Proses Produksi.....	46
4.3 Perhitungan Perusahaan.....	48
4.3 Penerapan Menggunakan <i>Target Costing</i>	55
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	67
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Ilustrasi <i>Target Costing</i>	7
Gambar 2 <i>Target Costing</i> Model	11
Gambar 3 Kerangka Berpikir.....	39
Gambar 4 Struktur Organisasi Perusahaan	45
Gambar 5 Foto Sepatu Pantofel	67
Gambar 6 Bahan Kulit Sapi	68
Gambar 7 Mesin Jahit.....	69
Gambar 8 Mesin Sisit.....	70

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel I	Biaya bahan baku langsung.....	49
Tabel II	Biaya tenaga kerja langsung.....	50
Tabel III	Biaya bahan penolong per pasang sepatu produksi PT X.....	51
Tabel IV	Biaya pemeliharaan mesin dan kendaraan.....	52
Tabel V	Total biaya <i>overhead</i> pabrik per pasang sepatu.....	54
Tabel VI	Harga pokok produk metode <i>full costing</i>	54
Tabel VII	Biaya bahan baku langsung.....	57
Tabel VIII	Biaya tenaga kerja langsung.....	58
Tabel IX	Biaya bahan penolong per pasang sepatu produksi PT “X”.....	59
Tabel X	Total biaya <i>overhead</i> pabrik per pasang sepatu.....	60
Tabel XI	Harga pokok produk metode <i>full costing</i>	60
Tabel XII	Perhitungan dalam penjualan sepatu pantofel sebelum dan sesudah menggunakan <i>target costing</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Gambar 5 Foto Sepatu Pantofel	67
Lampiran B Gambar 6 Bahan Kulit Sapi.....	68
Lampiran C Gambar 7 Mesin Jahit.	69
Lampiran D Gambar 8 Mesin Sisit.....	70