

ABSTRACT

Business conflicts and challenges are customary in Indonesian business movement. Therefore, a lot of companies are striving to compete with their own products and the price that they have fixed themselves on the market.

Companies nowadays seem to compete determinedly and creatively to produce the finest and affordable commodities and yet provide them with huge amount of profits. This thesis describes techniques of how companies set selling price by using target-costing method and more comprehensively, value-engineering method is used for setting price by pressing down the production cost in order to gain huge profits. The existence of these tense competitions on the business world nowadays “extract” companies to be able to have smart business strategies and also to be able to interpret these strategies to each of every business that they run so that the companies are not going to be left behind both in the products that they are producing and in the targeted profits that they have set.

(keywords : selling price, target costing, value engineering, profits)

ABSTRAK

Persaingan dan masalah bisnis di era Global ini sudah tidak asing lagi apalagi di telinga orang Indonesia. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang bersaing dengan produk yang mereka buat dan juga dengan harga yang mereka tetapkan di pasaran.

Perusahaan berlomba-lomba untuk bagaimana caranya memproduksi barang dengan biaya yang murah tetapi mendapatkan keuntungan yang besar dengan kualitas yang tetap terjaga. Skripsi ini membahas bagaimana perusahaan menentukan *harga jual* menggunakan metode *target costing* dan lebih khususnya lagi menggunakan metode *value engineering* guna menetapkan harga dengan menekan biaya produksi untuk mendapatkan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis seperti sekarang ini, perusahaan harus bisa memiliki strategi-strategi bisnis dan bagaimana penerapannya ke dalam bisnis yang mereka jalankan agar perusahaan tidak tertinggal baik di dalam produk yang dipasarkan ataupun dalam laba yang mereka targetkan.

(kata kunci: harga jual, *target costing*, *value engineering*, laba)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LAPORAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3

1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	4

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian <i>Target Costing</i>	5
2.1.1 Tujuan dan Alasan Menggunakan <i>Target Costing</i>	6
2.1.2 Pengimplementasian <i>Target Costing</i>	7
2.1.3 <i>Target Costing</i> Model	8
2.1.3 Alat <i>Target Costing</i>	9
2.1.3.1 <i>Tear Down Analysis</i>	9
2.1.3.2 <i>Value Engineering</i>	10
2.1.3.3 <i>Reengineering</i>	12
2.1.5 Definisi Biaya	12
2.1.6 Klasifikasi Biaya	13
2.1.6.1 Biaya dalam Hubungannya dengan Produk	13
2.1.6.2 Biaya dalam Hubungannya dengan Volume Produksi	14

2.1.7	Sistem Harga Pokok Standar.....	15
2.1.7.1	Pengertian Sistem Harga Pokok Standar.....	15
2.1.7.2	Manfaat Harga Pokok Standar.....	15
2.1.7.3	Siklus biaya (<i>The cost life cycle</i>).....	17
2.1.7.4	Siklus Biaya lanjutan.....	17
2.1.7.5	Penggolongan Biaya.....	17

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
3.2	Metode Penelitian	23
3.2.1	Variabel Penelitian.....	23
3.2.2	Data yang Digunakan.....	24
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.3.4	Rerangka Pemikiran.....	25

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Ruang Lingkup dan Tujuan Pembahasan.....	28
-----	--	----

4.1.1 Bagian Produksi.....	29
4.1.2 Bagian Penjualan.....	34
4.1.3 Bagian Pengiriman.....	35
4.2 Penerapan Sistem <i>Target Costing</i>	38
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
RIWAYAT HIDUP.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel Upah Tukang Jahit.....	30
Tabel 4.2	Upah Tukang Cuci	31
Tabel 4.3	Biaya-biaya bahan yang dibutuhkan untuk memproduksi kaos polo.....	33
Tabel 4.4	Biaya <i>Overhead</i> PT Cipta Gumilang.....	33
Tabel 4.5	Biaya Bagian Pengiriman.....	35
Tabel 4.6	Daftar Tabel Biaya dari barang mentah menjadi produk jadi.....	36
Tabel 4.7	Daftar Tabel Biaya dari barang mentah menjadi produk jadi setelah menggunakan metode <i>target costing</i>	46
Tabel 4.8	Laporan Laba Rugi PT Cipta Gumilang (perbedaan sebelum dan sesudah memakai metode <i>target costing</i>)	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Target Costing Model</i>	8
Gambar 2 Rerangka Pikir.....	26