

## ABSTRAKSI

Persaingan yang sangat ketat dewasa ini mengharuskan perusahaan semakin peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di pasar. Perusahaan dituntut untuk melakukan kegiatan operasionalnya secara efisien dan efektif serta menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen agar mampu bertahan bahkan memenangkan persaingan tersebut.

*Target costing* merupakan solusi yang tepat untuk menjawab permasalahan yang terjadi. Dengan *target costing* dapat ditentukan biaya target (*target cost*), yang diperoleh dari harga pasar yang berlaku dikurangi dengan laba yang diinginkan. Untuk mencapai *target costing* perusahaan dapat menggunakan *value analysis* yaitu dengan mengidentifikasi aktivitas-aktivitasnya kedalam aktivitas bernilai tambah dan aktivitas tidak bernilai tambah.

Penelitian yang dilakukan terhadap UD Sejati Mulia di Surabaya merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif, dimana peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta yang berhubungan dengan penelitian seperti menentukan *target cost* serta melakukan *value analysis*.

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa melalui penerapan *target costing* dengan *value analysis* dapat membantu perusahaan mencapai *target cost*. Untuk mencapai *target cost* perusahaan melakukan analisis aktivitas dengan mereduksi aktivitas yang tidak bernilai tambah dalam proses produksi hingga perusahaan mampu mencapai *target cost* yaitu sebesar Rp 3.185,00 per unit. Dengan demikian perusahaan dapat menurunkan harga jual dari Rp 3.650,00 menjadi Rp 3.550,00 per unit sehingga UD Sejati Mulia dapat meningkatkan daya saingnya.