

TARGET COSTING

**PENERAPAN TARGET COSTING YANG DIDUKUNG OLEH  
VALUE ENGINEERING SEBAGAI ALAT UNTUK  
MENGATUR BIAYA PRODUKSI SUATU PRODUK  
PADA PT. "X" DI PASURUAN**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**

KK.

A.83/02

Gen

p.



**DIAJUKAN OLEH :**

**HERU GUNAWAN**

**No. Pokok : 049816078**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**2002**

SKRIPSI

PENERAPAN *TARGET COSTING* YANG DIDUKUNG OLEH *VALUE ENGINEERING* SEBAGAI ALAT UNTUK MENGATUR BIAYA PRODUKSI SUATU PRODUK PADA PT. "X" DI PASURUAN

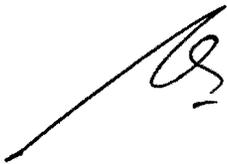
DIAJUKAN OLEH :

HERU GUNAWAN

No Pokok: 049816078

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Drs. MOH. NASICH, MT., Ak.

TANGGAL *23/5/2002*

KETUA PROGRAM STUDI,



Drs. M. SUYUNUS, Mafis, Ak.

TANGGAL *29-5-2002*

Drs. MOH. NASICH, MT., AK.



Dosen Pembimbing

Skripsi telah selesai dan siap diuji!

Surabaya, .....  
Do Mawar 2002

## ABTRAKSI

Dengan berkembangnya dunia usaha saat ini mengakibatkan persaingan semakin ketat baik pada pasar dalam maupun pasar luar negeri. Hal ini disebabkan oleh banyaknya hasil produksi yang sejenis dan memiliki tingkat kualitas yang relatif sama. Harga jual yang bersaing merupakan faktor penting yang harus diperhatikan. Harga jual produk PT."X" sangat bersaing bahkan lebih murah dari produk pesaing. Akan tetapi, realisasi biaya produksi tidak mendukung PT."X" untuk mencapai *target margin* yang diinginkan sehingga perlu dicari cara untuk mengatur biaya produksi. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah menerapkan *target costing* yang didukung oleh *value engineering*.

Skripsi ini membahas penerapan *target costing* yang didukung oleh *value engineering* sebagai alat untuk mengatur biaya produksi suatu produk. Data yang digunakan hanya data biaya produksi karena sebagian besar biaya dikeluarkan oleh bagian produksi.

Konsep *target costing* dimulai dengan menetapkan tingkat harga yang dapat diterima konsumen. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh PT."X" diketahui harga jual produk pesaing untuk produk sejenis sebesar Rp 42.800,00 sampai Rp 44.900,00. PT."X" menginginkan harga jual produknya lebih murah Rp 2.000,00 dari pesaingnya sehingga ditetapkan *target price* sebesar Rp 40.800,00. Harga tersebut adalah harga jual kepada konsumen, harga jual kepada distributor adalah  $60\% \times \text{Rp } 40.800,00 = \text{Rp } 24.480,00$ . Selanjutnya ditetapkan *target margin* sebesar 16,73 % sampai 18,11%. Akhirnya diperoleh *target cost* dengan mengurangi *target price* dengan *target margin* yaitu sebesar Rp 20.047,62 sampai Rp 20.384,33.

*Target margin* yang ditetapkan tidak berhasil dicapai oleh badan usaha. Realisasi laba yang dicapai sebesar 13,87% sampai 15,24%. Kegagalan ini dikarenakan oleh tidak tercapainya *target cost*. Realisasi biaya produksi yang dicapai sebesar Rp 20.747,95 sampai Rp 21.084,66.

Melalui analisa data dapat diketahui biaya-biaya yang lebih tinggi dari *target* sehingga memberikan acuan bagi penerapan *value engineering*. Biaya-biaya tersebut yaitu biaya bahan baku *upper*, logo, biaya inspeksi, biaya material handling, biaya *waiting time*. Penerapan *value engineering* juga dilakukan pada bahan-bahan baku yang kurang penting perannya dan tidak akan mempengaruhi kualitas produk bila dilakukan penggantian.

Estimasi hasil dari *value engineering* menunjukkan bahwa biaya produksi berhasil diturunkan menjadi Rp 19.647.60 sampai Rp 19.984,31 yang berarti lebih rendah dari *target cost*. Tentu saja laba yang dicapai badan usaha juga lebih besar dari *target margin*.