

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM
MENETAPKAN NERAGA JUAL UNTUK MEMPEROLEH
HARGA YANG KOMPETITIF STUDI KASUS PADA CV "X"
SKRIPSI**

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

FF
A. 08/05
Yul
P.



MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

**DIAJUKAN OLEH :
YULAEDI**

No. Pokok : 049922924-E

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

SKRIPSI

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM
MENETAPKAN HARGA JUAL UNTUK MEMPEROLEH HARGA
YANG KOMPETITIF STUDI KASUS PADA CV "X"**

DIAJUKAN OLEH :

YULAEDI

No. Pokok : 049922924 – E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,


Dr. BAMBANG TIAHJADI, MBA.AK

TANGGAL 06 - 01 - 2005.

KETUA PROGRAM STUDI,


Drs. M. SUYUNUS, MAFIS.AK

TANGGAL 6 - 1 - '05

Surabaya 28 - 10 - 2004

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing


Dr. BAMBANG TJAHDADI, MBA, Ak

ABSTRAKSI

Dengan adanya persaingan dunia usaha yang sangat ketat saat ini menuntut setiap perusahaan untuk lebih meningkatkan daya saingnya, apalagi konsumen semakin menginginkan produk yang sesuai dengan kualitas yang diharapkan dengan tingkat harga yang seminimal mungkin. Dalam hal ini perusahaan perlu melakukan perubahan pola berpikirnya selama ini karena dalam persaingan bisnis yang ketat konsumen menjadi pemegang kendali tentang produk yang dihasilkan perusahaan. Selama ini perusahaan menentukan harga jual berdasarkan harga pokok produksi ditambah laba (*mark up*) yang diinginkan perusahaan. Penentuan harga jual seperti ini seringkali kurang mengabaikan tingkat harga pasar barang tersebut dan akibatnya harga jual menjadi lebih tinggi dari pasar sehingga harga jual tidak terjangkau oleh konsumen. Dalam hal ini perusahaan perlu menerapkan metode *Target Costing* yaitu suatu metode dimana harga jual ditetapkan terlebih dahulu sesuai dengan tingkat harga yang dibutuhkan konsumen kemudian baru menentukan laba yang dikehendaki sehingga ditemukan biaya yang ditetapkan (*allowable cost*) untuk melaksanakan produksi.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan metodologi studi kasus dengan obyek penelitian pada CV "X" yang memproduksi makanan ringan. Dari hasil penelitian pada CV "X" kurang memperhatikan masalah efisiensi biaya produksi. Hal ini dapat dilihat dari besarnya biaya-biaya *Non Value Added* serta kurangnya penerapan efisiensi yang baik terhadap biaya-biaya yang bersifat *Real Value Added* dan *Bisnis Value Added*. Pengendalian biaya yang kurang efisien ini terjadi karena manajemen mengalami kesulitan dalam menerapkan perhitungan biaya yang baik serta kesulitan untuk meminimalkan biaya sampai dengan target biaya yang diharapkan.

Oleh karena itu perlu dilakukan langkah-langkah perhitungan biaya produksi yang lebih efisien untuk membantu manajemen dalam menetapkan harga jual yang terjangkau oleh konsumen. Langkah pertama adalah dengan menetapkan harga jual target (*target price*) kemudian menetapkan laba yang dikehendaki (*target profit*) setelah itu baru ditentukan biaya yang ditetapkan (*target cost*) dengan cara mengurangi kedua komponen biaya tersebut. Setelah *target cost* terbentuk maka langkah selanjutnya adalah membandingkan dengan biaya produksi yang terjadi pada saat itu (*current cost production*) bila berada dibawah *target cost* berarti perusahaan sudah melakukan efisiensi biaya. Tetapi bila *current cost production* berada diatas *target cost* maka harus dilakukan *Value engineering* dengan menggunakan metode *cost reduction* untuk menggeser *current cost production* kepada *target cost* atau bila perlu berada dibawahnya. Sehingga dengan begitu harga jual yang lebih rendah bisa di dapat tanpa mengurangi laba yang dikehendaki sehingga dengan begitu volume penjualan akan meningkat dan pangsa pasar semakin luas yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan profitabilitas.