

**PENDEKATAN TARGET COSTING TERHADAP  
KALKULASI HARGA ROKOK REMAJA SUPER PADA  
PERUSAHAAN ROKOK SATU JAYA SIDOARJO**

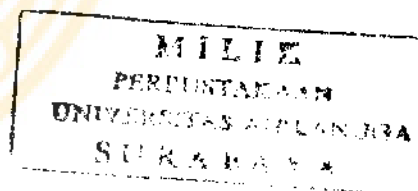
**S K R I P S I**

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

KK

A. 20/99.

Tja  
P.



**DIAJUKAN OLEH :**

**SOEGENG TRI TJAHJONO**

**No. Pokok : 048913105**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
1998**

SKRIPSI

PENDEKATAN TARGET COSTING TERHADAP KALKULASI  
HARGA ROKOK REMAJA SUPER PADA PERUSAHAAN ROKOK  
SATU JAYA SIDOARJO

Kk  
A. 24/09  
Tja.  
P.

DIAJUKAN OLEH  
SOEGENG TRI TJAHJONO

No. Pokok : 048913105



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,

Dra. Ec. H. Hariati Hamzens, Ak

TANGGAL.....

Nip. 130675520

KETUA JURUSAN,

Drs. Widi Hidayat, Msi, Ak

Nip. 131558573

TANGGAL... 6/ 99

## ABSTRAKSI

Soegeng Tri Tjahjono/048913105/1997/PENDEKATAN TARGET COSTING TERHADAP KALKULASI HARGA ROKOK REMAJA SUPER PADA PERUSAHAAN ROKOK SATU JAYA SIDOARJO/Akuntansi/ Perusahaan Rokok Satu Jaya – Sidoarjo/1997

Perusahaan Rokok Satu Jaya Sidoarjo merupakan perusahaan yang bertujuan mencari laba dalam mengolah sumber ekonomi untuk menghasilkan keluaran atau produk yang dihasilkannya, maka kalkulasi harga membantu manajemen dalam proses pengambilan keputusan dalam perusahaan yaitu berupa informasi ekonomi yang relevan dan bermanfaat sehingga dapat dipergunakan untuk melakukan pengendalian manajerial. Dengan informasi biaya maka manajemen dapat memiliki ukuran apakah masukan yang dikorbankan telah menghasilkan pertambahan keuntungan yang sangat diperlukan untuk mengembangkan dan mempertahankan eksistensi perusahaannya.

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan langkah yang akan diambil oleh Perusahaan Satu Jaya Sidoarjo yaitu dalam kalkulasi harga, maka kalkulasi harga dengan pendekatan target costing dapat diterapkan dalam taksiran harga penjualan rokok, terutama produk rokok dengan nama Remaja Super mengingat perusahaan seringkali mengalami kesulitan dalam menentukan harga yang ideal agar dapat menembus pasar dan juga dapat bersaing dengan produk dari perusahaan yang lain.

Kalkulasi harga dengan pendekatan target costing yang dilakukan oleh perusahaan dilakukan dengan cara estimasi biaya produk atau jasa dalam jangka panjang yang memungkinkan perusahaan mencapai laba yang ditargetkan. Perusahaan harus dapat mengetahui pemahaman atas taksiran nilai barang oleh konsumen dan respon pesaing,

maka harus dilakukan estimasi harga untuk suatu produk, yang dalam hal ini adalah produk berupa rokok, dengan harga yang berbasis pasar, yang disebut target price. Jadi target price mengacu kepada target cost atau estimasi biaya produk.

Penerapan kalkulasi harga dengan pendekatan target costing oleh perusahaan maka dapat diketahui reaksi konsumen terhadap tingkat harga alternatif yang dibebankan oleh para pesaing untuk produk yang sejenis sehingga perusahaan tidak kalah dalam persaingan dan tetap dapat menguasai pangsa pasar yang sudah ada.

