

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 juga tidak terjangkau oleh konsumen. Dalam hal ini perusahaan perlu menerapkan metode *target costing*, yaitu suatu metode dimana harga jual di tetapkan terlebih dahulu sesuai dengan tingkat harga yang dibutuhkan konsumen kemudian baru menentukan laba yang dikehendakisehingga ditemukan biaya yang ditetapkan (*target cost*) untuk melaksanakan produksi.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif obyek penelitian pada CV. Abdul Kadir Indonesia, yang memproduksi suku cadang alat-alat berat. Dari hasil penelitian pada CV. Abdul Kadir Indonesia, 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 di bawah *target cost*, berarti perusahaan sudah melakukan efisiensi biaya. Tetapi bila *current cost production* berada diatas *target cost* maka harus dilakukan *activity analysis* 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 didapat tanpa mengurangi laba yang dikehendaki sehingga dengan begitu volume penjualan akan meningkat dan pangsa pasar semakin luas yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan profitabilitas.