

**PERANAN *TARGET COSTING* DALAM MENCAPAI  
TARGET LABA UNTUK PRODUK BARU  
(STUDI KASUS PADA TKC BAKERY)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Sherren Meidianti Halim

2012130155

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

(Terakreditasi Berdasarkan Keputusan BAN-PT

No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013)

BANDUNG

2017

**THE ROLE OF TARGET COSTING IN ACHIEVING TARGET PROFIT  
FOR NEW PRODUCT  
(CASE STUDY AT TKC BAKERY)**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete the requirements of  
A Bachelor Degree in Economics

By:

Sherren Meidianti Halim

2012130155

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

ACCOUNTING DEPARTMENT

(Accredited based on the Decree of BAN-PT

No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013)

BANDUNG

2017

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI



**PERANAN *TARGET COSTING* DALAM MENCAPAI  
TARGET LABA UNTUK PRODUK BARU  
(STUDI KASUS PADA TKC BAKERY)**

Oleh:

Sherren Meidianti Halim

2012130155

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Januari 2017

Ketua Program Studi Akuntansi,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gery'.

Gery Raphael Lusanjaya, S.E., M.T.

Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Atty'.

Atty Yuniawati, S.E., MBA., CMA.

## PERNYATAAN:



Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Sherren Meidianti Halim  
Tempat, tanggal lahir : Cianjur, 17 Mei 1994  
Nomor Pokok Mahasiswa : 2012130155  
Program Studi : Akuntansi  
Jenis naskah : Skripsi

### JUDUL

### PERANAN *TARGET COSTING* DALAM MENCAPAI TARGET LABA UNTUK PRODUK BARU (STUDI KASUS PADA TKC BAKERY)

dengan,

Pembimbing : Atty Yuniawati, S.E., MBA., CMA.  
Ko – Pembimbing :-

### SAYA MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU.No.20 tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : November 2016

Pembuat pernyataan : Sherren Meidianti Halim



(Sherren Meidianti Halim)

## ABSTRAK

Kondisi persaingan yang sangat ketat dalam dunia usaha saat ini memberikan tantangan kepada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Adanya persaingan ini membuat perusahaan harus menciptakan produk yang dapat bersaing dengan produk yang ditawarkan kompetitor. Untuk menarik konsumen untuk membeli produk tersebut, perusahaan berusaha untuk menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau sehingga dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Hal ini juga dilakukan agar tercapainya tujuan perusahaan untuk mencapai laba yang diharapkan.

*Target costing* merupakan suatu metode yang dapat membantu perusahaan untuk dapat memproduksi produk yang sesuai keinginan konsumen dengan harga terjangkau. Penerapan *target costing* ini dimulai dengan menentukan *target price* yang mengacu pada kondisi harga pasar atau harga yang ditawarkan oleh pesaing. Selanjutnya *target price* akan dikurangkan dengan laba yang diharapkan perusahaan (*target profit*) untuk mendapatkan *target cost*. Pada kenyataannya, seringkali biaya yang terjadi lebih besar dari pada *target cost*. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan *value engineering* yang dapat membantu perusahaan agar terjadi *cost reduction* sehingga *target cost* yang sudah ditentukan dan laba yang diharapkan oleh perusahaan dapat tercapai.

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif analitis. Penulis mengumpulkan data dengan melakukan observasi, wawancara, serta studi kepustakaan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis meneliti sebuah perusahaan makanan yang memproduksi roti yaitu TKC Bakery yang berlokasi di kota Cianjur.

Berdasarkan hasil penelitian penulis, TKC Bakery belum pernah menerapkan *target costing*. Selain itu dalam menghitung harga pokok produk, TKC Bakery masih menggunakan *traditional costing* dengan hanya memperhitungkan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. Oleh karena itu, penulis menghitung harga pokok produk roti kombinasi lima rasa yang merupakan produk baru TKC Bakery dengan menggunakan *activity based costing* agar dapat dihasilkan harga pokok produk yang lebih tepat. Namun setelah dilakukan perhitungan, diketahui bahwa harga pokok produk roti kombinasi lima rasa lebih tinggi dari *target cost* yang sudah ditentukan. Oleh karena itu, penulis menyarankan untuk perusahaan melakukan empat usaha *value engineering* untuk menekan biaya produk. Usaha pertama *value engineering* yang disarankan adalah mengganti *supplier* yang menjual bahan baku lebih murah tetapi dengan kualitas yang sama, usaha kedua adalah mendesain ulang resep roti kombinasi lima rasa untuk adanya penghematan biaya bahan baku, usaha yang ketiga adalah mengganti isian keju dengan isian krim keju, dan usaha keempat adalah tidak menambah dua orang tenaga kerja melainkan satu orang tenaga kerja bagian pencetakan dan pengemasan. Dengan perusahaan melakukan empat usaha *value engineering* tersebut, maka harga pokok produk roti kombinasi lima rasa diharapkan dapat mencapai *target cost* dan laba yang diharapkan.

Kata kunci: *target costing, bakery, roti, activity based costing, value engineering.*

## ABSTRACT

High level of competition in the business world today presented a challenge to firms in Indonesia. The existence of this competition makes company have to create products that can compete with products offered by competitors. The company strive to create products that comply to wishes of consumers with good quality and affordable prices. This effort is made to survive and win the competition. This is also done in order to achieve the company's goal to achieve the expected profit.

Target costing is a method that can help a company to create products that match consumer's desires at an affordable price. Application of target costing starts by determining the target price, which refers to market price or the price offered by a competitor. Next, target price will be reduced by the company's target profit to arrive at target cost. Generally actual cost is greater than the target cost. Therefore, company need to implement value engineering that could help the company to enable cost reduction so the target cost and target profit can be achieved.

The research method used by the author is descriptive analysis. The author collected data by observation, interview, and literature study. In the preparation of this thesis, the author researched a bakery namely TKC Bakery, located in Cianjur City.

Based on the result of the research, it is known that TKC Bakery has never been implementing target costing method. Furthermore, in calculating the cost of the product, TKC Bakery still uses the traditional costing by calculating only direct materials and labor costs. Therefore, the author calculated the product cost of five flavours combination-filled loaf bread as a new product by using activity based costing in order to get a proper product cost. However, after the calculation, it is known that product cost of five flavours combination-filled loaf bread is higher than the target cost. Therefore, the author suggested that TKC Bakery do four value engineering attempts to reduce product cost. First value engineering attempt is to replace a current supplier to a cheaper supplier but with the same quality, the second attempt is to redesign bread recipe of five flavours combination-filled loaf bread to save raw materials costs. The third attempt is to replace the cheese with cream cheese, and the fourth attempt is to add one instead of two workers in forming and packaging department. By doing this four value engineering attempts, the product cost of five flavours combination-filled loaf can match the target cost and achieve the target profit.

Keywords: *target costing, bakery, bread, activity based costing, value engineering.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis ucapkan Kepada Tuhan Yesus Kristus karena penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Penerapan *Target Costing* dalam Mencapai Target Laba untuk Produk Baru (Studi Kasus pada TKC Bakery)”. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-sebesarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kasih, berkat, dan penyertaan selama penulis berkuliah sampai menyelesaikan skripsi ini.
2. Papa, Mama, dan Ko Egy yang telah memberikan doa, kasih, dukungan, nasihat, dan segalanya. Sayang kalian semua!
3. Ibu Atty Yuniawati, S.E., MBA., CMA., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, pengarahan, serta kesabaran dalam membimbing penulis menyusun skripsi ini.
4. Ibu Felisia, SE., AMA., M.Ak., CMA. selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.
5. Bapak Gery Raphael Lusanjaya, SE., MT. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan.
6. Ibu Merry selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
7. Bapak Arthur Purboyo, Drs., Akt, MPAc. Selaku dosen bidang kajian Akuntansi Manajemen serta dosen seminar Akuntansi Manajemen.
8. Ko Harry dan Ci livia yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk menjadikan perusahaannya sebagai objek penelitian serta seluruh pegawai TKC Bakery yang banyak memberikan informasi untuk penulisan skripsi ini.
9. AOG UNPAR yang ga bisa disebutin satu-satu semua saking banyaknya. BIG thanks udah jadi my second home di Bandung.
10. Frisca Lauria dan Livia Devina yang sudah menjadi teman satu jurusan, teman satu kampung halaman, teman kosan, teman belajar, teman makan, teman main, teman menggalau, teman bercanda. Thankyou buat

kebersamaannya dan dukungan selama penulis berkuliah disini. Jangan lupain kebersamaan kita selama kuliah ya! See you on top guys!

11. Teman-teman kuliah lainnya Devina Andriani, Devina Natalia, Jeanice, Livia Siauw, Ria, Natalia, Rita, Yovita, Yulia, Prissilia, Evelyn, Regina Tumbol, Karina, Cindy Noi, Ivana, Erica, Mira, Puput, Dahniar, Angelina, Lucia, Cindy H, dan Maria Levina. Terimakasih atas pertemanan, kebersamaan dan dukungannya selama penulis berkuliah.
12. Regina si ahli ilmu komunikasi, Arline si *business woman*, Lupita si ibu guru Edwins si pak dokter gigi yang terpisah oleh jarak dan waktu. Thankyou atas dukungan dan pertemanan kita sampai saat ini. Friendship and still counting ya!
13. Semua pihak dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung sudah memberikan inspirasi dalam penulisan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. Akhir kata, semoga Tuhan Yesus melimpahkan berkat-Nya kepada semua pihak yang sudah memberikan doa, bantuan, dan dukungan untuk penulis.

Bandung, November 2016

Penulis



## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB 1_PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Kerangka Pemikiran .....	4
BAB 2_TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1. Biaya.....	6
2.1.1. Pengertian Biaya.....	6
2.1.2. Klasifikasi Biaya.....	6
2.1.3. <i>Relevant Information</i> .....	11
2.1.4. Sistem Pembebanan Biaya.....	12
2.2. Harga Pokok Produk .....	15
2.3. <i>Target Costing</i> .....	17
2.3.1. Pengertian <i>Target Costing</i> .....	17
2.3.2. Tahap Pengimplementasian <i>Target Costing</i> .....	19
2.3.3. Prinsip-prinsip Penerapan <i>Target Costing</i> .....	20
2.3.4. Manfaat <i>Target Costing</i> .....	21
2.4. Metode-Metode Untuk Menurunkan Biaya Produk.....	22
2.4.1. <i>Tear Down Analysis</i> .....	22
2.4.2. <i>Value Engineering</i> .....	22
2.4.3. <i>Reengineering</i> .....	24
2.4.4. <i>Kaizen Costing</i> .....	25
2.5. Peranan <i>Target Costing</i> dalam Mencapai Target Laba untuk Produk Baru (Studi Kasus pada TKC Bakery).....	26

BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....	28
3.1. Metode Penelitian.....	28
3.2. Sumber Data Penelitian.....	29
3.1.2. Langkah-langkah Penelitian .....	29
3.1.3. Waktu Penelitian.....	31
3.2. Unit Penelitian.....	31
3.2.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	31
3.2.2. Struktur Organisasi Perusahaan dan Deskripsi Kerja.....	32
3.2.3. Aktivitas Perusahaan .....	35
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1. Klasifikasi Biaya .....	37
4.2. Perhitungan Harga Pokok Produk .....	43
4.2.1. Perhitungan Biaya Bahan Baku Langsung Produk.....	43
4.2.2. Perhitungan Biaya Tidak Langsung Terkait Roti Kombinasi 5 Rasa .....	45
4.2.2.1. Identifikasi Aktivitas Terkait Roti Kombinasi 5 Rasa.....	46
4.2.2.2. Pembebanan Biaya Tidak Langsung Terhadap Aktivitas .....	48
4.2.2.3. Pembebanan Biaya Aktivitas Ke Produk.....	62
4.2.2.4. Perhitungan Harga Pokok Produk Roti Kombinasi 5 Rasa .....	68
4.3. Penerapan <i>Target Costing</i> pada TKC Bakery .....	70
4.3.1. Penetapan <i>Target Price</i> .....	71
4.3.2. Penetapan <i>Target Profit</i> .....	72
4.3.3. Penetapan <i>Target Cost</i> .....	72
4.3.4. Perbandingan <i>Target Cost</i> Dengan Harga Pokok Produk Roti Kombinasi 5 Rasa .....	72
4.3.5. Usaha – usaha yang Dilakukan untuk Mencapai Laba yang Diharapkan.....	73
4.4. Penerapan <i>Target Costing</i> dalam Mencapai Target Laba Untuk Produk Baru (Studi Kasus Pada TKC Bakery).....	77
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....	87
5.1. Kesimpulan.....	87
5.2. Saran.....	89

DAFTAR PUSTAKA  
RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Biaya Tidak Langsung TKC Bakery Terkait dengan Roti Kombinasi 5 Rasa Bulan April 2015 - Maret 2016.....	42
Tabel 4.2 Formula dan Perhitungan Biaya Bahan Baku Langsung Roti Kombinasi 5 Rasa .....	44
Tabel 4.3 Upah Bagian Pengadukan .....	49
Tabel 4.4 Upah Bagian Pencetakan dan Pengemasan.....	50
Tabel 4.5 Upah Bagian Pembakaran.....	52
Tabel 4.6 Rincian Biaya Listrik .....	53
Tabel 4.7 Rincian Biaya Reparasi dan Pemeliharaan .....	54
Tabel 4.8 Rincian Penyusutan Peralatan .....	55
Tabel 4.9 Rincian Penyusutan Mesin.....	56
Tabel 4.10 Aktivitas Penanggung Jawab Pabrik.....	57
Tabel 4.11 Rincian Pembebanan Biaya Tidak Langsung Ke Aktivitas.....	58
Tabel 4.12 Daftar Aktivitas beserta <i>Cost-Hierarchy</i> dan <i>Activity Cost Driver</i> .....	59
Tabel 4.13 Pembebanan Biaya <i>Secondary Activity</i> ke <i>Primary Activity</i> .....	60
Tabel 4.14 Biaya Aktivitas Setelah <i>Secondary Activity</i> .....	61
Tabel 4.15 Jumlah Catatan Kecil pada Bulan April 2015 – Maret 2016.....	62
Tabel 4.16 Jumlah Frekuensi Pengadukan Adonan Roti pada Bulan April 2015 – Maret 2016 .....	63
Tabel 4.17 Jumlah Unit Pemotongan Adonan Roti pada Bulan April 2015 – Maret 2016.....	63
Tabel 4.18 Jumlah Unit Pengisian Adonan Roti pada Bulan April 2015 – Maret 2016 .....	64
Tabel 4.19 Jumlah Unit Adonan Roti yang Dicitak pada Bulan April 2015 – Maret 2016.....	65
Tabel 4.20 Jumlah Waktu Pembakaran Adonan Roti pada Bulan April 2015 – Maret 2016.....	66
Tabel 4.21 Jumlah Unit Roti yang Dikemas pada Bulan Maret 2015 – April 2016..	66
Tabel 4.22 Perhitungan Tarif Setiap Aktivitas.....	68
Tabel 4.23 Tingkat Konsumsi Roti Kombinasi 5 Rasa.....	69

Tabel 4.24 Perhitungan Biaya Tidak Langsung Satu Buah Roti Kombinasi 5 rasa ..	69
Tabel 4.25 Perhitungan Harga Pokok Produk Satu Buah Roti Kombinasi 5 Rasa ....	70
Tabel 4.26 Rincian Kapasitas Jam Kerja Sebelum dan Sesudah Penambahan Tenaga Kerja .....	76
Tabel 4.27 Rincian Total Waktu Mencetak dan Mengemas Roti .....	76
Tabel 4.28 Rincian Kebutuhan Jam Kerja Sebelum dan Sesudah ada Roti Kombinasi 5 Rasa .....	76
Tabel 4.29 Perhitungan Biaya Bahan Baku Langsung Roti Kombinasi 5 Rasa setelah <i>Value Engineering</i> .....	78
Tabel 4.30 Upah Bagian Pencetakan dan Pengemasan setelah <i>Value engineering</i> ...	79
Tabel 4.31 Rincian Pembebanan Biaya Tidak Langsung Ke Aktivitas Setelah <i>Value Engineering</i> .....	81
Tabel 4.32 Pembebanan Biaya <i>Secondary Activity</i> ke <i>Primary Activity</i> Setelah <i>Value Engineering</i> .....	82
Tabel 4.33 Biaya Aktivitas Setelah <i>Secondary Activity</i> dan <i>Value Engineering</i> .....	83
Tabel 4.34 Perhitungan Tarif Setiap Aktivitas Setelah <i>Value Engineering</i> .....	84
Tabel 4.35 Perhitungan Biaya Tidak Langsung Satu Buah Roti Kombinasi 5 rasa setelah <i>Value Engineering</i> .....	85
Tabel 4.36 Perhitungan Harga Pokok Produk Satu Buah Roti Kombinasi 5 Rasa setelah <i>Value Engineering</i> .....	85
Tabel 4.37 Perbandingan HPP Satu Buah Roti Kombinasi 5 Rasa Dengan <i>Target Cost</i> Setelah <i>Value Engineering</i> .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi TKC Bakery .....	32
---	----

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Kondisi persaingan yang sangat ketat terjadi di dalam dunia usaha pada saat ini. Hal ini timbul karena banyaknya bisnis barang dan jasa mulai berdiri yang meningkatkan interaksi jual beli. Oleh karena itu, perusahaan semakin kompetitif untuk menciptakan produk yang dapat bersaing dari sisi harga maupun kualitas. Adanya persaingan yang ketat ini memberikan tekanan kepada perusahaan untuk dapat menyediakan produk yang tidak hanya sesuai keinginan tetapi yang dibutuhkan konsumen. Selain dapat menyediakan produk sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen, perusahaan juga harus mampu menyediakan produk yang memiliki kualitas baik dan harga terjangkau. Nilai tambah ini diciptakan tidak untuk menghasilkan laba jangka pendek saja tetapi juga agar setiap perusahaan mampu bertahan dan memenangkan persaingan untuk mencapai tujuan dari masing-masing perusahaan.

Persaingan ketat ini terjadi di berbagai industri, salah satunya adalah industri di bidang makanan. Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang tidak dapat dihindari. Semakin banyak manusia dari suatu masa, maka permintaan akan makanan semakin meningkat. Hal ini menimbulkan persaingan pada industri di bidang makanan semakin kompetitif dan mengharuskan perusahaan untuk memiliki suatu keunggulan yang lebih dibandingkan dengan pesaing lainnya. Salah satu hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menawarkan suatu produk adalah penetapan harga jual produk yang tepat. Perusahaan harus berhati-hati dalam menetapkan harga jual produk yang ditawarkan kepada konsumen. Harga jual produk yang terlalu tinggi akan menyebabkan perusahaan kalah bersaing dengan pesaing dan memungkinkan produk tersebut tidak diminati oleh konsumen, sedangkan harga jual yang rendah akan menyebabkan tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang maksimal tidak tercapai. Perusahaan harus menetapkan harga jual yang tepat, oleh karena itu perusahaan harus jeli melihat kondisi pasar dalam hal keinginan

konsumen, harga yang diinginkan konsumen, dan harga yang ditetapkan oleh pesaing.

Salah satu perusahaan yang menjalankan usaha pada bidang industri makanan adalah TKC Bakery. TKC Bakery merupakan pabrik yang memproduksi roti dan berlokasi di Kota Cianjur. Pada awal pabrik ini berdiri sekitar tahun 1926, permintaan akan roti hanya sedikit sehingga pabrik ini hanya memproduksi beberapa macam roti dengan volume penjualan yang sedikit. Seiring berjalannya waktu, permintaan konsumen akan roti semakin banyak sehingga TKC Bakery mulai menambah volume produksi untuk dapat memenuhi permintaan dan juga menyalurkan rotinya ke toko milik sendiri maupun ke pedagang-pedagang kecil di sekitar pabrik. Namun, TKC Bakery tidak hanya ingin menambah volume produksi roti dengan jenis roti yang sudah ada tetapi juga ingin menambah jenis roti yang baru agar dapat menarik lagi minat konsumen untuk membeli roti. TKC Bakery mempertimbangkan untuk memproduksi jenis roti baru, yaitu roti kombinasi 5 rasa karena jenis roti ini belum banyak dijual di pasar dan adanya peluang untuk produk baru ini berkembang. Dalam membuat produk baru ini, pemilik ingin menetapkan harga jual yang lebih murah karena target pasar dan kualitas roti yang ditawarkan berbeda dengan toko roti pesaing. TKC Bakery berusaha untuk mengeluarkan biaya produksi dan non-produksi yang tidak terlalu besar. Oleh karena itu, TKC Bakery perlu menerapkan metode *target costing* karena sesuai dengan tujuannya dalam menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan harga yang kompetitif. Metode *target costing* membantu perusahaan memperoleh laba yang diharapkan pada harga jual tertentu. Perhitungan *target costing* untuk produk baru dilakukan pada tahap perencanaan atau perancangan produk sehingga dapat mengendalikan biaya yang dikeluarkan perusahaan dan mencapai target laba produk baru.



## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka terdapat beberapa masalah yang diangkat sebagai penelitian:

1. Bagaimana penerapan *activity based costing* dalam menghitung harga pokok produk baru, yaitu roti kombinasi 5 rasa di TKC Bakery?
2. Bagaimana penerapan *target costing* pada TKC Bakery?
3. Bagaimana peranan *target costing* dalam mencapai target laba produk baru?

## 1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harga pokok produk roti kombinasi 5 rasa dengan menerapkan *activity based costing*.
2. Untuk mengetahui cara TKC Bakery dalam menerapkan *target costing*.
3. Untuk mengetahui tercapainya laba yang diharapkan TKC Bakery dengan diterapkannya *target costing*.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi banyak pihak, antara lain:

1. Bagi perusahaan, diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan rekomendasi dan informasi berkaitan dengan *target costing* yang dapat digunakan perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakan dalam penekanan biaya.
2. Bagi penulis, tujuan penelitian ini untuk mendapatkan ilmu dan wawasan yang lebih luas dalam hal implementasi dan penerapan teori akuntansi terutama mengenai *target costing* yang diterapkan pada sebuah pabrik roti.
3. Bagi peneliti lain, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian dengan pembahasan yang serupa.

## 1.5. Kerangka Pemikiran

Ketatnya kondisi persaingan bisnis membuat bisnis di industri apapun dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing. Saat ini, industri di bidang makanan sangat berkembang dengan pesat. Perkembangan ini disebabkan adanya keinginan atau kebutuhan akan produk makanan yang sangat tinggi. Agar tetap bertahan dalam persaingan yang ketat ini, industri di bidang makanan harus dapat lebih berusaha untuk menciptakan produk makanan yang dapat menarik minat konsumen untuk mau membeli produk makanan yang ditawarkan. Hal ini dapat diwujudkan dengan membuat produk makanan sesuai dengan keinginan konsumen dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, industri di bidang makanan harus membuat aktivitas memproduksi makanan dan biaya yang dikeluarkan lebih efisien. Konsep *target costing* sesuai dengan tujuan industri ini yang ingin menciptakan produk sesuai keinginan konsumen dengan harga yang kompetitif. Selain itu, metode *target costing* dapat membantu perusahaan menjual produk pada harga yang diinginkan dengan tetap mendapatkan laba sesuai dengan harapannya.

*“Target costing is product decision-making approach that uses market-based prices to determine whether products and services can be delivered at low enough costs for an acceptable profit. Product and manufacturing processes are redesigned so that the product meets a prespecified target cost (Eldenburg dan Wolcott 2005:516).”* Melalui *target costing*, perusahaan mendapat informasi mengenai *target cost* yang harus dicapai untuk membuat suatu produk dengan menetapkan harga jual produk yang dapat diterima konsumen terlebih dahulu kemudian menentukan laba yang diinginkan perusahaan. Penerapan *target costing* yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan meneliti target pasar yang dituju untuk memasarkan produknya. Selain itu perusahaan mencari informasi untuk membuat produk sesuai keinginan konsumen. Setelah mendapatkan informasi tersebut, perusahaan dapat menentukan *target price* serta *target profit* yang ingin dicapai. *Target cost* akan didapat dengan cara *target price* dikurangi dengan *target profit*.

Biaya yang terjadi untuk merancang produk maupun proses dalam perusahaan harus diusahakan sama atau lebih rendah dari *target cost* yang sudah ditentukan. Apabila biaya produk melebihi *target cost*, perusahaan harus berusaha

melakukan usaha-usaha yang mengarah pada *cost reduction*. Terdapat beberapa metode yang dapat dilakukan perusahaan agar terjadinya *cost reduction*, yaitu *tear down analysis*, *value engineering (product design)*, *reengineering (process design)* atau *kaizen costing*. Metode *target costing* juga cocok diterapkan oleh perusahaan yang ingin memproduksi produk baru karena biaya produk paling banyak ditentukan pada tahap perencanaan produk. Hal tersebut sesuai dengan perhitungan *target costing* yang dilakukan pada tahap perencanaan produk. Jika produk sudah memasuki tahap produksi, maka hanya sedikit usaha yang dapat dilakukan dalam penurunan biaya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM MENCAPAI TARGET LABA UNTUK PRODUK BARU (STUDI KASUS PADA TKC BAKERY)”**