

**PERANAN *TARGET COSTING* UNTUK MENCAPAI TINGKAT LABA
YANG DIHARAPKAN PADA PERUSAHAAN FD**



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**Vincentius Ricky
2011130183**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
(Terakreditasi berdasarkan Keputusan BAN-PT
No. 227/SK/B-PT/AK-XVI/S/XI/2013)
BANDUNG
2017**

**THE ROLE OF TARGET COSTING TO ACHIEVE THE EXPECTED
PROFIT IN FD COMPANY**



UNDERGRADUATED THESIS

**Submitted to complete part of the requirements
to obtain a Bachelor's Degree in Economics**

By:

**Vincentius Ricky
2011130183**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
ACCOUNTING STUDY PROGRAM
(Accredited based on The Decree of BAN-PT
No. 227/SK/B-PT/AK-XVI/S/XI/2013)
BANDUNG
2017**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI AKUNTANSI



PERANAN *TARGET COSTING* UNTUK MENCAPAI TINGKAT LABA YANG
DIHARAPKAN PADA PERUSAHAAN FD

Oleh:

Vincentius Ricky

2011130183

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, April 2017

Ketua Program Studi Akuntansi,

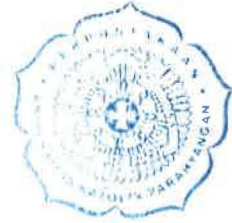
A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gery'.

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

Pembimbing,

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

Verawati Suryaputra, SE., MM., Ak., CA.



PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Vincentius Ricky
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 16 September 1993
Nomor Pokok Mahasiswa : 2011130183
Program Studi : Akuntansi
Jenis Naskah : Skripsi

JUDUL

PERANAN *TARGET COSTING* UNTUK MENCAPAI TINGKAT LABA YANG
DIHARAPKAN PADA PERUSAHAAN FD

dengan,

Pembimbing: Verawati Suryaputra, SE., MM., Ak., CA.

SAYA MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apapun 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, sadar 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 denda paling banyak Rp 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : April 2017

Pembuat pernyataan : Vincentius Ricky



(Vincentius Ricky)

ABSTRAK

Adanya krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998 mengakibatkan perekonomian Indonesia terpuruk karena semakin melemahnya nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing, khususnya terhadap dollar Amerika Serikat. Dengan perekonomian Indonesia yang memburuk tersebut banyak perusahaan di Indonesia yang mengalami kebangkrutan. Namun dengan adanya perbaikan perekonomian Indonesia serta majunya ilmu pengetahuan dan teknologi sekarang ini membuka peluang bagi para pengusaha untuk mengembangkan usahanya. Persaingan dalam dunia usaha pun menjadi semakin ketat. Kondisi persaingan usaha di Indonesia yang ketat membuat banyak perusahaan yang tidak dapat bersaing harus mengakhiri operasinya. Cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat terus bersaing adalah dengan berusaha menekan biaya produk agar harga jual yang ditetapkan tidak terlalu tinggi sehingga bisa menarik minat pelanggan dan bisa mendapatkan laba yang diinginkan. Aktivitas produksi yang dijalankan perusahaan juga harus seefisien mungkin. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan *target costing*.

Untuk menghitung *target cost*, dibutuhkan *target price* yang diperoleh dari harga pasar dari produk atau harga yang mau dibayarkan oleh pelanggan potensial untuk produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Nilai ini dapat diperoleh dari survei pasar (*market research*) maupun dari wawancara dengan konsumen. Harga yang ditawarkan pesaing pada umumnya juga dapat menjadi harga pasar. Selain itu, untuk menghitung *target cost* dibutuhkan *target profit* yang diinginkan oleh perusahaan. Dasar penentuan target laba ini berbeda di setiap perusahaan. *Target cost* dapat diperoleh dengan mengurangi *target price* dengan *target profit*. Angka yang diperoleh merupakan biaya produk yang seharusnya dikeluarkan oleh perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Dalam mengumpulkan data, penulis melakukan wawancara dengan beberapa pihak dalam perusahaan dan melakukan observasi langsung ke perusahaan sehingga memperoleh dokumen pendukung relevan. Objek penelitian yang digunakan adalah industri kecil-menengah dalam bidang bordir, yaitu Perusahaan FD. Setelah memperoleh gambaran atas objek yang diteliti, selanjutnya dapat dilakukan penarikan kesimpulan dan pemberian saran yang berguna bagi perusahaan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh informasi bahwa Perusahaan FD belum menerapkan metode *target costing*. Perusahaan FD masih kurang tepat dalam mengklasifikasikan biaya yang ada di perusahaan dan juga dalam menghitung harga pokok produknya. Perusahaan FD hanya menghitung harga pokok produk berdasarkan biaya langsung, sedangkan biaya tidak langsung dibebankan ke produk tanpa melihat adanya hubungan sebab akibat sehingga produk yang dihasilkan dibebani biaya secara tidak tepat. Untuk itu, dilakukan reklasifikasi biaya dan perhitungan kembali untuk bordir mukena, bordir topi, dan bordir *patch* dengan menggunakan *activity-based costing system*. Harga pokok produk yang dihitung Perusahaan FD untuk bordir mukena, bordir topi, dan bordir *patch* *undercosted* jika dibandingkan dengan hasil perhitungan dengan *activity-based costing*. Bordir mukena, bordir topi, dan bordir *patch* belum berhasil mencapai *target cost*. Untuk itu diusulkan pengurangan biaya untuk menurunkan biaya produk dan meningkatkan efisiensi. Pengurangan biaya yang disarankan diantaranya adalah untuk biaya bahan benang dan kain bordir, biaya *punching*, aktivitas membordir, aktivitas *packing*, *moving cost*, *inspection cost*, *waiting time*, dan aktivitas pemotongan produk bordir.

Kata kunci: *target costing*, harga pokok produk, *activity-based costing*

ABSTRACT

The monetary crisis that occurred in 1998 resulted in the Indonesian economy collapsed due to the weakening of the rupiah against foreign currencies, particularly against the US dollar. With Indonesia's deteriorated economy, lot of companies in Indonesia run into bankruptcies. But the improvement of Indonesia's economy as well as the advancement of science and technology today make an opportunity for entrepreneurs to develop their business. The competition in the business world becomes more competitive. The condition of Indonesia's business competition makes lot of companies that cannot compete should end its operations. The way that company can do to be able to keep compete is reducing the cost of the product so the selling price will not be very high so they can attract more customers and be able to get the desired profit. The company's production activities must be run as efficient as possible. One thing that can be done by the company is to do target costing.

To calculate the target cost, required target price derived from the market price of the product or the price that would be paid by potential customers for the products offered by the company. This value can be obtained from market surveys (market research) as well as from interviews with consumers. The price offered by competitors in general also may be the market price. Moreover, to calculate the target cost required profit targets desired by the company. Basis for determining the profit target is different in every company. Target cost can be obtained by subtracting the target price with a target profit.

This research is using the descriptive analytical method. In collecting the data, the author conducted interviews with several parties within the company and direct observation so that some relevant supporting documents are got from the company. The object of the research is small-medium industry in the field of embroidery, which is FD Company. After obtaining a description of the object, we can take the conclusions and useful suggestions can be made for the company.

From the research result, it become clear that FD Company was not implementing target costing method. FD Company has classified costs and calculated the cost of its products incorrectly. FD Company simply calculate the cost of products based on direct costs, while the indirect costs are not charged to the product. Concecuently, product costs are undercosted and not accurate. Therefore, a cost reclassification and recalculation for mukena embroidery, hats embroidery, and patches embroidery is conducted by using activity-based costing system. However, mukena embroidery, hats embroidery, and patches embroidery have not managed to achieve the target cost. Accordingly cost reductions is proposed to lower product costs and increase efficiency. Cost reductions suggested to include the cost of yarn and fabric embroidery, punching costs, embroidering activity, the activity of packing, moving costs, inspection costs, waiting time, and activity cuts the embroidery products.

Keywords: target costing, product costs, activity-based costing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peranan *Target Costing* Untuk Mencapai Tingkat Laba yang Diharapkan Pada Perusahaan FD”. Tanpa anugerah dan pertolongan-Nya, penulis tidak akan mampu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan juga tepat pada waktunya.

Dalam menyusun skripsi ini penulis dihadapkan pada beberapa hambatan dan tantangan. Namun, dengan bantuan dari banyak pihak berupa bimbingan dan dukungan baik dari segi materi maupun moril skripsi ini pun dapat diselesaikan dengan baik. Pengerjaan skripsi ini banyak memberikan manfaat bagi penulis seperti mengembangkan proses berpikir, *target costing*, dan mengasah ketekunan.

Secara khusus penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam proses penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Ibu Verawati Suryaputra, SE., MM., Ak., CA. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, waktu, dan tenaga selama proses penyusunan skripsi sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Gery Raphael Lusanjaya, S.E., M.T., selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
3. Ibu Felisia, SE., selaku dosen wali yang telah membimbing dan memberikan masukan kepada penulis selama perkuliahan.
4. Mr. F selaku Pemilik Perusahaan FD yang telah meluangkan waktu dan tempat untuk keperluan skripsi ini.
5. Keluarga penulis yang mendidik penulis yaitu Papi, Mami, Rico, memberikan berbagai ajaran dan nasihat, memberikan kasih sayang dan telah mendoakan penulis hingga akhirnya penyusunan skripsi ini dapat selesai.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Akutansi yang selama ini telah membagikan ilmunya kepada penulis dan secara tidak langsung membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Vincensia Michelle yang setia memberi dukungan moral dan selalu ada untuk penulis sampai skripsi ini selesai.
8. Michael Steven, Nathanael Chris, Dhira Dwinanda, terima kasih telah menjadi sahabat satu kosan yang telah banyak membantu penulis dengan nasihat dan saran-sarannya.
9. Gayuh Alam Pramudhito, Chandra Sudiro, Peter Pangadi, Kevin Jonathan, Michael Lakhanna, Singgih Dwijayanto, Steven Liem, Mario Salomo Hutapea, Felita Ivana, Felicia Vania, terima kasih telah menemani penulis selama di Bandung.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah dibuat ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat terbuka dalam menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi setiap pihak yang membaca dan membutuhkan. Terima kasih, Tuhan beserta kita.

Bandung, April 2017

Penulis,

Vincentius Ricky

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian.....	2
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Kerangka Pemikiran	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Biaya.....	6
2.1.1. Definisi Biaya	6
2.1.2. Klasifikasi Biaya.....	7
2.2. Biaya Produksi.....	8
2.2.1. Definisi Biaya Produksi	8
2.2.2. Komponen Biaya Produksi	9
2.3. Biaya Non-produksi.....	10
2.3.1. Definisi Biaya Non-produksi	10
2.3.2. Komponen Biaya Non-produksi	10
2.4. Harga Pokok Produk	10
2.4.1. Pengertian Harga Pokok Produk.....	11
2.4.2. Tujuan Penetapan Harga Pokok Produk.....	11
2.5. Sistem Perhitungan Biaya	12
2.5.1. <i>Job-order Costing System</i>	12
2.5.2. <i>Process Costing System</i>	12
2.5.3. <i>Operation Costing/ Hybrid Costing/ Blended Method</i>	13
2.5.4. <i>Backflush Costing</i>	14
2.6. Metode Perhitungan Biaya Produk dengan <i>Traditional Costing System</i>	14

2.6.1. Definisi <i>Traditional Costing System</i>	14
2.6.2. Langkah-langkah Pembebanan Biaya pada Produk dengan <i>Traditional Costing System</i>	15
2.6.3. Kelebihan dan Kekurangan <i>Traditional Costing System</i>	17
2.6.4. <i>Cost Driver</i> pada <i>Traditional Costing System</i>	18
2.7. Metode Perhitungan Biaya Produk dengan <i>Activity-Based Costing</i> <i>System</i>	18
2.7.1. Definisi <i>Activity-Based Costing System</i>	19
2.7.2. <i>Cost Hierarchy</i> pada <i>Activity-Based Costing System</i>	20
2.7.3. Pembebanan Biaya pada Produk dengan <i>Activity-Based Costing</i> <i>System</i>	21
2.7.4. <i>Activity Cost Driver</i> pada <i>Activity-Based Costing System</i>	22
2.7.5. Langkah-langkah Pembebanan Biaya pada Produk dengan <i>Activity- Based Costing System</i>	23
2.7.6. Kelebihan dan Kekurangan <i>Activity-Based Costing System</i>	26
2.8. Harga Jual Produk	28
2.8.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual.....	28
2.8.2. Metode Penetapan Harga Jual Produk.....	29
2.9. <i>Target Costing</i>	29
2.9.1. Pengertian <i>Target Costing</i>	29
2.9.2. <i>Target Price</i>	30
2.9.3. <i>Target Profit</i>	30
2.9.4. <i>Target Cost</i>	30
2.9.5. Penerapan <i>Target Costing</i>	31
2.9.6. Manfaat <i>Target Costing</i>	31
2.10. Aktivitas-aktivitas Untuk Menurunkan Biaya Produk.....	32
2.11. Laba	33
2.11.1. Pengertian Laba	34
2.11.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba	34
2.11.3. Tujuan Perhitungan Laba	34
2.12. Hubungan Antara <i>Target Costing</i> dengan Pencapaian Tingkat Laba	35
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	36
3.1. Metode Penelian	36
3.1.1. Variabel Penelitian	36
3.1.2. Metode Pengumpulan Data.....	37

3.1.3. Waktu Penelitian.....	39
3.1.4. Objek Penelitian.....	39
3.2. Kerangka Penelitian.....	39
3.3. Unit Penelitian	40
3.3.1. Sejarah Singkat Perusahaan	41
3.3.2. Struktur Organisasi Perusahaan dan Deskripsi Kerja.....	41
3.3.3. Aktivitas Perusahaan	44
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Biaya-biaya dan Klasifikasi Biaya Pada Perusahaan FD	46
4.2. Perhitungan Harga Pokok Produk Menurut Perusahaan FD.....	52
4.3. Perhitungan Harga Pokok Produk Berdasarkan <i>Activity-Based Costing System</i>	55
4.3.1. Identifikasi Aktivitas	56
4.3.2. Pembebanan Biaya Produksi Tidak Langsung pada <i>Activity Cost Pool</i>	58
4.3.3. Menghitung Tarif Setiap Aktivitas	65
4.3.4. Pembebanan Biaya pada <i>Cost Object</i>	72
4.4. Penerapan <i>Target Costing</i> pada Perusahaan FD.....	75
4.4.1. Penetapan <i>Target Price</i>	76
4.4.2. Penetapan <i>Target Profit</i>	76
4.4.3. Penetapan <i>Target Cost</i>	77
4.4.4. Perbandingan <i>Target Cost</i> dengan Harga Pokok Produk.....	78
4.5. Peranan <i>Target Costing</i> dalam Mencapai Tingkat Laba yang Diharapkan	88
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Traditional Costing System</i>	17
Gambar 2.2. <i>Activity-Based Costing System</i>	26
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Perusahaan FD	42
Gambar 4.1. <i>Activity-Based Costing System</i> pada Perusahaan FD	72

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Biaya yang terjadi di Perusahaan FD tahun 2015	49
Tabel 4.2. Rincian Gaji Pegawai Perusahaan FD Tahun 2015	50
Tabel 4.3. Rincian Biaya Penyusutan Mesin Tahun 2015	51
Tabel 4.4. Rincian Biaya Penyusutan Kendaraan Tahun 2015	51
Tabel 4.5. Rincian Biaya Penyusutan Bangunan Tahun 2015	52
Tabel 4.6. Harga Pokok Produk per Jenis Produk Bordir per Lusin	53
Tabel 4.7. Alokasi Penyusutan Bangunan ke Aktivitas	61
Tabel 4.8. Persentase Penggunaan Biaya Untuk Setiap Aktivitas.....	63
Tabel 4.9. Alokasi Penggunaan Biaya Untuk Setiap Aktivitas	64
Tabel 4.10. <i>Activity Cost Driver</i>	65
Tabel 4.11. Tarif Biaya Untuk Setiap Aktivitas.....	69
Tabel 4.12. Pembebanan Biaya Tidak Langsung Pada Bordir Mukena, Topi, dan <i>Patch</i> Menurut <i>Activity-based Costing System</i>	72
Tabel 4.13. Perbandingan Harga Pokok Produk Menurut Perusahaan dengan <i>Activity-</i> <i>based Costing System</i> pada Perusahaan FD Tahun 2015.....	75
Tabel 4.14. <i>Target Price</i> Perusahaan FD pada Tahun 2015	76
Tabel 4.15. Perhitungan <i>Target Profit</i> Perusahaan FD.....	77
Tabel 4.16. <i>Target Cost</i> (per lusin).....	77
Tabel 4.17. Perbandingan Harga Pokok Produk Menurut Perusahaan dengan <i>Target</i> <i>Cost</i>	78
Tabel 4.18. Perbandingan Harga Pokok Produk Menurut <i>Activity-based Costing</i> <i>System</i> dengan <i>Target Cost</i>	78
Tabel 4.19. Perhitungan Biaya Benang dan Kain Bordir untuk Bordir Mukena per Lusin Jika Membeli dari <i>Supplier</i> Baru	79
Tabel 4.20. Perhitungan Biaya Benang dan Kain Bordir untuk Bordir <i>Patch</i> per Lusin Jika Membeli dari <i>Supplier</i> Baru.....	80
Tabel 4.21. Perhitungan Biaya Benang dan Kain Bordir untuk Bordir <i>Patch</i> per Lusin Jika Membeli dari <i>Supplier</i> Baru.....	80
Tabel 4.22. Selisih Biaya Benang dan Kain Bordir untuk Bordir Mukena, Topi, dan <i>Patch</i> per Lusin Jika Membeli dari <i>Supplier</i> Lama dengan <i>Supplier</i> Baru	81
Tabel 4.23. Pengurangan Biaya <i>Punching</i> untuk Bordir Mukena, Topi, dan <i>Patch</i> per Lusin Jika Membeli dari <i>Supplier</i> Baru	82
Tabel 4.24. Perhitungan Biaya Setelah Menghilangkan <i>Moving Cost</i> untuk Produk Bordir Mukena, Topi, dan <i>Patch</i>	84
Tabel 4.25. Total Biaya Aktivitas Memotong Produk Bordir Setelah <i>Value</i> <i>Engineering</i> untuk Produk Bordir Mukena, Topi, dan <i>Patch</i>	87
Tabel 4.26. Selisih Biaya Aktivitas Memotong Produk Bordir Sebelum dan Setelah <i>Value Engineering</i> untuk Produk Bordir Mukena, Topi, dan <i>Patch</i>	87

Tabel 4.27. Perhitungan Biaya Aktivitas Memotong Produk Bordir Setelah Pengurangan Biaya untuk Produk Bordir Mukena, Topi, dan <i>Patch</i>	88
Tabel 4.28. Perbandingan Biaya Pokok Produk per Lusin Setelah Pengurangan Biaya dengan <i>Target Cost</i> untuk Produk Bordir Mukena, Topi, dan <i>Patch</i>	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Gambaran Perusahaan FD

Lampiran 2. Contoh Detail Mesin yang Digunakan Perusahaan FD

Lampiran 3. Contoh Detail Mesin yang Digunakan Perusahaan FD

Lampiran 4. Gambaran Perusahaan FD

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Adanya krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998 mengakibatkan perekonomian Indonesia terpuruk karena semakin melemahnya nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing, khususnya terhadap dollar Amerika Serikat. Dengan perekonomian Indonesia yang memburuk tersebut banyak perusahaan di Indonesia yang mengalami kebangkrutan. Namun dengan adanya perbaikan perekonomian Indonesia serta majunya ilmu pengetahuan dan teknologi sekarang ini membuka peluang bagi para pengusaha untuk mengembangkan usahanya. Persaingan dalam dunia usaha pun menjadi semakin ketat.

Perusahaan yang ingin berkembang atau bertahan dalam dunia bisnis harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas baik dan mengefisiensikan biaya produk supaya dapat memberikan produk berkualitas dengan harga yang terjangkau kepada pelanggan. Tidak mudah bagi suatu perusahaan untuk melakukan efisiensi biaya karena banyak faktor yang mempengaruhinya baik faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain tenaga kerja, bahan baku, mesin, metode produksi, dan pasar. Perusahaan harus dapat mempertahankan aktivitas operasi dan manajemen yang baik. Perusahaan juga harus dapat melihat sejauhmana keinginan atau permintaan dari pelanggan. Salah satunya dengan menciptakan suatu produk yang harganya lebih rendah atau paling tidak sama dengan harga yang ditawarkan para pesaingnya. Untuk dapat memperoleh produk seperti itu dan dapat terus bersaing, perusahaan harus berusaha mengurangi biaya yang dikeluarkan.

Hal ini juga terjadi pada industri pakaian. Perusahaan dalam industri pakaian berlomba-lomba untuk memberikan produk yang berkualitas kepada pelanggannya. Salah satu hal yang dapat dilakukan perusahaan dalam industri pakaian untuk meningkatkan kualitas produk mereka adalah dengan menambahkan *embroidery* (bordir) untuk mempercantik tampilan produknya.

Perusahaan FD adalah perusahaan bordir yang sudah dua puluh satu tahun beroperasi. Persaingan usaha yang dihadapi Perusahaan FD cukup ketat.

Perusahaan FD bukanlah *market leader*, karena itu semakin sulit bagi perusahaan ini untuk bersaing. Produksi yang efisien dan perbaikan terus-menerus akan sangat dibutuhkan untuk membuat Perusahaan FD ini tetap berjalan dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Biaya produk harus ditekan agar perusahaan dapat menetapkan harga jual produk yang dapat bersaing dan mencapai tingkat laba yang diinginkan.

Dalam rangka membantu Perusahaan FD menghadapi persaingan yang ada, penulis tertarik melakukan penelitian tentang *target costing* pada Perusahaan FD.

1.2. Identifikasi Masalah

Persaingan ketat yang dihadapi oleh perusahaan membuat penetapan harga jual yang tepat dan bersaing menjadi penting. Penetapan harga jual yang tidak tepat akan membuat perusahaan tidak dapat bersaing dengan produsen sejenis atau tidak dapat mencapai tingkat laba yang diinginkannya. Efisiensi dalam produksi dan perhitungan harga pokok produksi yang tepat menjadi sangat penting untuk dicapai oleh perusahaan. Dengan menggunakan *target costing*, perusahaan dapat mengetahui dan menentukan biaya maksimal yang boleh dikeluarkan supaya laba yang diharapkan dapat tercapai. Oleh karena itu diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengklasifikasian biaya oleh Perusahaan FD?
2. Bagaimana Perusahaan FD menghitung harga pokok produknya?
3. Apakah Perusahaan FD sudah menerapkan metode *target costing*?
4. Bagaimana penerapan metode *target costing* di Perusahaan FD?
5. Bagaimana peranan *target costing* pada Perusahaan FD dalam mencapai tingkat laba yang diharapkan?

1.3. Tujuan Penelitian

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan perusahaan-perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam persaingan yang semakin sulit. Tujuan suatu perusahaan adalah untuk terus beroperasi, berkembang, serta dapat meningkatkan laba secara terus-menerus. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui cara Perusahaan FD mengklasifikasikan biayanya.
2. Untuk mengetahui perhitungan harga produk yang dilakukan Perusahaan FD.
3. Untuk mengetahui apakah Perusahaan FD sudah menerapkan metode *target costing*.
4. Untuk mengetahui penerapan *target costing* di Perusahaan FD.
5. Untuk mengetahui peranan metode *target costing* dalam mencapai tingkat laba yang diharapkan pada Perusahaan FD.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan berguna untuk berbagai pihak, antara lain:

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide baru bagi Perusahaan FD untuk memperbaiki proses produksinya sehingga lebih efisien dari sebelumnya, serta dapat mencapai tingkat laba yang diinginkan melalui *target costing*. Tentunya penelitian ini diharapkan menjadi sumber masukan dan rekomendasi yang dapat diterima oleh Perusahaan FD, sehingga menjadi lebih baik dari sebelumnya.

2. Penulis

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis mendapatkan pengetahuan dan pengalaman baru. Penelitian ini menjadi sarana untuk menerapkan teori ekonomi dan akuntansi yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam persoalan di dalam dunia usaha yang nyata.

3. Pembaca dan rekan mahasiswa

Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat menambah wawasan pembaca tentang salah satu penerapan teori akuntansi yang didapat dalam perkuliahan, yaitu mengenai *target costing*, sehingga dapat menjadi bahan referensi atau pembanding dalam pembahasan *target costing* untuk penelitian lebih lanjut yang dilakukan oleh pembaca dan rekan-rekan mahasiswa di masa yang akan datang.

1.5. Kerangka Pemikiran

Kondisi persaingan usaha di Indonesia yang ketat membuat banyak perusahaan yang tidak dapat bersaing harus mengakhiri operasinya. Cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat terus bersaing adalah dengan berusaha menekan biaya produk agar harga jual yang ditetapkan tidak terlalu tinggi sehingga bisa menarik minat pelanggan dan bisa mendapatkan laba yang diinginkan. Aktivitas produksi yang dijalankan perusahaan juga harus seefisien mungkin.

Untuk mencapai hal tersebut, ada suatu alat yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu *target costing*. Menurut Kaplan dan Atkinson (1998:224), "*Target costing is a cost management tool that planners use during product and process design to drive improvement efforts aimed at reducing the products's future manufacturing costs.*" *Target costing* dapat digunakan untuk melihat biaya maksimal yang dapat dikeluarkan oleh perusahaan, jika ingin harga jualnya bersaing dan dapat mencapai laba yang diharapkan.

Untuk menghitung *target cost*, dibutuhkan harga pasar dari produk atau harga yang mau dibayarkan oleh pelanggan potensial untuk produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Nilai ini dapat diperoleh dari survei pasar (*market research*) maupun dari wawancara dengan konsumen. Harga yang ditawarkan pesaing pada umumnya juga dapat menjadi harga pasar.

Selain itu, untuk menghitung *target cost* dibutuhkan target laba yang diinginkan oleh perusahaan. Dasar penentuan target laba ini berbeda di setiap perusahaan. Pada umumnya yang digunakan sebagai dasar penetapan target laba adalah tingkat pengembalian investasi (*return on investment*).

Target cost dapat diperoleh dengan mengurangi harga pasar dan target laba. Angka yang diperoleh merupakan biaya produk yang seharusnya dikeluarkan oleh perusahaan. Jika biaya produk perusahaan lebih tinggi dari *target cost*, maka harga jual yang ditetapkan perusahaan akan lebih tinggi dari pasar dan tidak dapat bersaing, atau penetapan harga jual yang sama dengan pasar tetapi laba yang diharapkan tidak tercapai.

Untuk menentukan harga pokok produk agar *target cost* tercapai, perusahaan membutuhkan *value engineering*. *Value engineering* menurut Kaplan dan Atkinson (1998:228) adalah "*a systematic, usually a team-based approach to*

evaluating a product's design in order to identify alternatives that will improve the product's value.” Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan dapat mengefisienkan biaya dengan sumber daya yang sama atau menambah sumber daya dengan biaya yang sama.

Value engineering dapat dilakukan dengan mengidentifikasi perbaikan desain produk untuk mengurangi komponen dan biaya produksi tanpa mengurangi fungsi produksi. Perusahaan juga dapat mengeliminasi fungsi produk yang tidak penting, yang menambah biaya produk dan kompleksitas proses produksi. Dengan menggunakan *value engineering*, perbaikan yang dilakukan oleh perusahaan akan terarah dan sesuai tujuan.

Setelah melakukan *value engineering* maka *target cost* diharapkan dapat tercapai. Manfaat yang didapat setelah melakukan penerapan *target costing* menurut Blocher, dkk. (2010:553), diantaranya adalah meningkatkan kepuasan pelanggan karena desain berfokus pada *customer value*, menurunkan biaya karena desain lebih efektif dan efisien, membantu perusahaan mencapai profitabilitas yang diinginkan dari produk baru maupun produk yang telah diredesain, mengurangi total waktu yang dibutuhkan untuk pengembangan produk melalui peningkatan koordinasi antara manajer desain, manajer produksi, dan manajer pemasaran, membantu memberikan sisi kompetitif pada saat resesi ekonomi, serta meningkatkan kualitas produk secara keseluruhan karena desain dikembangkan secara hati-hati dan isu-isu produksi dipertimbangkan secara eksplisit pada fase desain.