

**TARGET COSTING SEBAGAI ALAT MEMINIMALISIR  
BIAYA PRODUKSI PADA UD. SETIA KAWAN UNTUK  
MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN**

**SKRIPSI**



**Oleh**

**Moh. Faqih Addinulhaq  
NIM : 12520103**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2016**

**TARGET COSTING SEBAGAI ALAT MEMINIMALISIR  
BIAYA PRODUKSI PADA UD. SETIA KAWAN UNTUK  
MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk Semenuhi Salah Satu Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

**Moh. Faqih Addinulhaq**

**NIM : 12520103**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2016**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**TARGET COSTING SEBAGAI ALAT MEMINIMALISIR  
BIAYA PRODUKSI PADA UD. SETIA KAWAN UNTUK  
MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN**

**SKRIPSI**

Oleh

**Moh. Faqih Addinulhaq**  
NIM : 12520103

Telah disetujui 02 Maret 2016  
Dosen pembimbing,



**Zuraidah, SE., MSA**  
NIP. 19761210 200912 2 001

Mengetahui :  
Ketua Jurusan,



**Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak, CA**  
NIP. 19720322 200801 2 005

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**TARGET COSTING SEBAGAI ALAT MEMINIMALISIR**  
**BIAYA PRODUKSI PADA UD. SETIA KAWAN UNTUK**  
**MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN**

**SKRIPSI**

Oleh

**Moh. Faqih Addinulhaq**  
NIM : 12520103

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada 18 Maret 2016

Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua Penguji

Niken Nindya Hapsari, SE., MSA., Ak, CA :

NIP.-

**Tanda Tangan**

(  )

2. Dosen Pembimbing/Sekretaris

Zuraidah, SE., MSA :

NIP. 19761210 200912 2 001

(  )

3. Penguji Utama

Ulfi Kartika Oktaviana, SE., M.Ec., Ak, CA :

NIP. 19761019 2008012 2 011

(  )

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



**Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak, CA**

NIP. 19720322 200801 2 005

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Moh. Faqih Addinulhaq

NIM : 12520103

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**TARGET COSTING SEBAGAI ALAT MEMINIMALISIR BIAYA PRODUKSI PADA UD. SETIA KAWAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN**

adalah hasil karya sendiri, bukan "duplikasi" dari orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 18 Maret 2016

Hormat Saya,



Moh. Faqih Addinulhaq

NIM: 12520103

## PERSEMBAHAN

Dengan ini penulis persembahkan kepada semua pihak yang telah mendukung dan memotivasi penulis sehingga tugas akhir skripsi ini dapat selesai tepat waktu dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Oleh karena itu, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Orang Tua dan Keluarga

Skripsi ini dengan bangga penulis persembahkan kepada orang tua dan seluruh keluarga. Karena tanpa adanya dukungan baik moril maupun materil dari orang tua dan keluarga skripsi ini tidak bisa terselesaikan dengan baik.

2. Ibu Zuraidah, SE., MSA

Atas dukungan dan bimbingan dari beliau, penulis mengucapkan terima kasih banyak. Karena dukungan dan bimbingan beliau sangat diperlukan penulis dalam penulisan skripsi ini.

3. Teman-Teman

Tidak terlupa penulis persembahkan skripsi ini kepada teman-teman baik teman yang tinggal bersama selama masa perkuliahan maupun teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat terus menerus kepada penulis. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan harapan semua.

## MOTTO

**“Manusia tidak selamanya benar dan tidak selamanya salah, kecuali dia yang mengoreksi dirinya sendiri dan membenarkan kebenaran orang lain atas kekeliruan diri sendiri”.**



## KATA PENGANTAR

Segala puji kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Target Costing Sebagai Alat Meminimalisir Biaya Produksi Pada UD. Setia Kawan Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujia Raharjo selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Salim Al-Idrus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak, CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Zuraidah, SE., MSA selaku Dosen Pembimbing pada skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ayah, Ibu, dan Kakak serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a.
7. Bapak H. Imron Rosyadi selaku pemilik UD. Setia Kawan.
8. Seluruh karyawan UD. Setia Kawan yang turut membantu dalam penelitian ini.

9. Seluruh teman kost dan Angkatan Akuntansi 2012 yang memberikan semangat dan dukungannya.
10. Dan seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu jalannya penelitian ini yang tidak bisa disebut semuanya.

Akhirnya dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin Ya Robbal'Alamin.

Malang, 18 Maret 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Arab)</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Batasan Masalah .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Kajian Teoritis .....	14
2.2.1 Pengertian Biaya .....	14
2.2.2 Klasifikasi Biaya .....	15
2.2.3 Penggolongan Biaya .....	18
2.2.4 Pengertian Harga .....	21
2.2.5 Tujuan Penetapan Harga .....	21
2.2.6 Pengertian Laba .....	22
2.2.7 Pengertian <i>Target Costing</i> .....	24
2.2.8 Tahap-Tahap Penerapan <i>Target Costing</i> .....	27
2.2.9 Tujuan dan Alasan Menggunakan <i>Target Costing</i> .....	29
2.2.10 Perbedaan Pendekatan Tradisional dan <i>Target Costing</i> .....	31
2.3 Integrasi .....	32
2.3.1 Pengertian Biaya .....	32
2.3.2 Pengertian Biaya .....	33
2.4 Kerangka Berfikir .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.2 Obyek Penelitian .....	35
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.4 Jenis Data .....	36

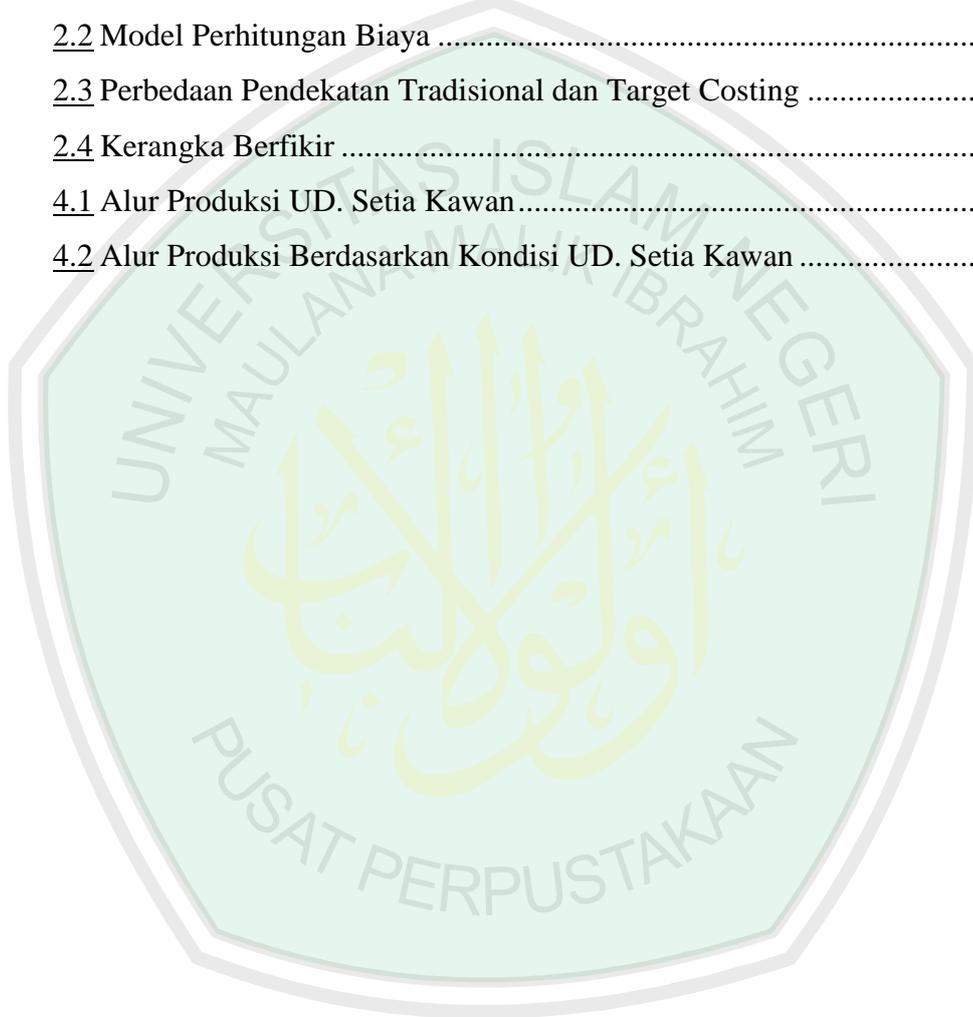
3.5 Sumber Data .....	37
3.6 Metode Analisis Data .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Deskripsi Umum Perusahaan .....	39
4.1.2 Visi dan Misi .....	41
4.1.3 Produk Perusahaan .....	42
4.1.4 Peta Pemasaran.....	43
4.1.5 Tahap Perencanaan.....	44
4.1.6 Proses Produksi .....	48
4.1.7 Anggaran Biaya Produksi .....	54
4.2 Pembahasan .....	62
4.2.1 Penerapan Metode <i>Target Costing</i> .....	62
4.2.2 Hasil dari Penerapan <i>Target Costing</i> .....	72
4.2.3 <i>Benchmarking</i> .....	74
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<u>2.1</u> Penelitian Terdahulu .....	11
<u>4.1</u> Daftar Bahan Baku Pintu Kedap.....	54
<u>4.2</u> Biaya Bahan Baku Pintu Kedap.....	54
<u>4.3</u> Biaya Tenaga Kerja .....	55
<u>4.4</u> Biaya Overhead Pabrik .....	56
<u>4.5</u> Biaya, Listrik, dan Telepon.....	59
<u>4.6</u> Akumulasi Biaya Produksi Berdasarkan Perhitungan Perusahaan.....	61
<u>4.7</u> Harga Produk UD. Setia Kawan dan Pesaing .....	64
<u>4.8</u> Perubahan Biaya Bahan Baku.....	67
<u>4.9</u> Perubahan Biaya Overhead Pabrik .....	68
<u>4.10</u> Hasil Perhitungan Biaya Produksi Per-unit Dengan Metode Target Costing.....	68
<u>4.11</u> Perhitungan Biaya Depresiasi Mesin .....	70

## DAFTAR GAMBAR

<u>2.1</u> Bagan Alur Target Costing .....	24
<u>2.2</u> Model Perhitungan Biaya .....	26
<u>2.3</u> Perbedaan Pendekatan Tradisional dan Target Costing .....	31
<u>2.4</u> Kerangka Berfikir .....	34
<u>4.1</u> Alur Produksi UD. Setia Kawan .....	50
<u>4.2</u> Alur Produksi Berdasarkan Kondisi UD. Setia Kawan .....	53



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan Telah Diwawancarai

Lampiran 2 Teknis Wawancara

Lampiran 3 Formulir Riwayat Pergantian Judul

Lampiran 4 Bukti Konsultasi



## ABSTRAK

Moh. Faqih Addinulhaq. 2016, SKRIPSI. Judul: “*Target Costing* Sebagai Alat Meminimalisir Biaya Produksi Pada UD. Setia Kawan untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan”.

Pembimbing : Zuraidah,SE.,MSA

Kata Kunci : Biaya Produksi, *Target Costing*, Harga Jual

---

---

Banyaknya perusahaan pengecoran logam yang berada di Kabupaten Tegal membuat tingginya persaingan yang sangat ketat antar perusahaan. Apalagi ditambah banyaknya perusahaan yang memproduksi produk yang sejenis. Ini membuat masing-masing perusahaan berusaha agar produk yang dibuat bisa bersaing dipasaran. Agar bisa bersaing salah satu langkah adalah bagaimana perusahaan dapat meminimalkan biaya produksi yang dikeluarkan. Dengan biaya produksi yang lebih rendah secara otomatis akan berpengaruh pada harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini menggunakan metode perhitungan biaya produksi dengan metode *target costing*. Metode ini digunakan untuk tujuan menekan biaya produksi sehingga harga jual produk yang ditetapkan dapat bersaing sehingga laba yang diperoleh bisa maksimal.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode analisis deskriptif. Dimana peneliti melakukan penelitian langsung ke lapangan untuk memperoleh data dengan cara wawancara yang kemudian dikombinasikan dengan literatur yang berhubungan dengan penelitian. kemudian dari data yang didapatkan diolah untuk memperoleh hasil penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang positif. Dimana dengan menggunakan perhitungan biaya produksi dengan metode *target costing* perusahaan dapat menghemat biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi satu unit produk. Hasilnya perusahaan dapat menghemat biaya produksi sebesar Rp.98.125/unit yang dapat digunakan untuk menekan harga jual produk.

## **ABSTRACT**

Moh. Faqih Addinulhaq. 2016, *THESIS*. Title: “*Target Costing as a Tool of Minimizing Production Costs In UD. Setia Kawan to Enhance Competitiveness of Companies*”

Advisor: Zuraidah, SE., MSA

Keywords: *Production Costs, Target Costing, Selling Price*

---

*The amount of metal casting company located in Tegal make high fierce competition between companies. Moreover, added the amount of companies that produce similar products. This makes each company trying to make products that are made to compete in the market. In order to compete one step is how companies can minimize production costs incurred. With lower production costs will automatically affect the selling price set by the company. Therefore, in this study using the method of calculation of the cost of production by the method of target costing. This method is used for the purpose of reducing the production cost so that selling prices are set to compete so that profits can be maximized.*

*The method used in this study, the method of descriptive analysis. Where researchers conduct research directly to the field to obtain data by interviews, which were combined with literature related to the research. then from the data obtained is processed to obtain the results.*

*This study certainly indicates a positive result. Where the calculation of production costs by using the method of target costing companies can save production costs incurred to produce one unit of product. The result companies can save the production cost of Rp.98.125 / unit that can be used to reduce the selling price of products.*

## التجريد

فقيه الدين الحق. عام 2016، الرسالة الأخيرة. العنوان: "التكاليف المستهدفة كأداة لتقليل تكاليف الإنتاج في UD. Setia Kawan وفاء الشركة لتعزيز القدرة التنافسية." المشرف: زريدة، SE، MSA  
كلمات البحث: تكاليف الإنتاج، التكاليف المستهدفة، سعر البيع

---

كمية من شركة صب المعادن الموجودة في تيجال، مما يجعل المنافسة العالية بين الشركات. وعلاوة على ذلك، وأضاف عدد من الشركات التي تنتج منتجات مماثلة. وهذا يجعل كل شركة تحاول أن تجعل المنتجات التي يتم إجراؤها على المنافسة في السوق. من اجل الحفاظ على خطوة واحدة هو كيف يمكن للشركات تقليل تكاليف الإنتاج التي تكبدها. مع انخفاض تكاليف الإنتاج سيؤثر تلقائيا على سعر البيع التي وضعتها الشركة. لذلك، في هذه الدراسة باستخدام طريقة احتساب تكاليف الإنتاج مع تكلف الهدف. لأنه يتم استخدام هذه الطريقة لغرض خفض تكلفة الإنتاج بحيث يتم تحديد أسعار البيع للتنافس بحيث الأرباح أكبر يمكن.

في طريقة البحث استخدمت الدراسة أسلوب التحليل الوصفي. حيث يدرس الباحث معاملة مباشرة إلى الميدان لجمع البيانات عن طريق المقابلات، التي كانت مجتمعة مع الأدب تتعلق البحوث. ثم من البيانات التي تم الحصول عليها ومعالجتها للحصول على النتائج.

هذه النتائج تشير إلى وجود نتيجة إيجابية. حيث حساب تكاليف الإنتاج باستخدام أسلوب الشركات تكلف الهدف يمكن أن ينقذ تكاليف الإنتاج تكبدها لإنتاج وحدة واحدة من المنتج. النتيجة الشركة يمكن أن ينقذ تكلفة إنتاج / Rp.98.125 وحدة التي يمكن استخدامها لخفض سعر بيع المنتجات.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia usaha saat ini semakin ketat menimbulkan berbagai permasalahan bagi para pengusaha di Indonesia. Terlebih lagi setelah Pemerintah Indonesia memutuskan keikutsertaan dalam perdagangan bebas ASEAN atau biasanya disebut juga dengan *Asean Free Trade Area* (AFTA). Dengan adanya perdagangan bebas tersebut para pengusaha kecil dan menengah di Indonesia berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produk dan menentukan harga jual yang kompetitif supaya dapat bersaing dengan negara lain.

Di Indonesia sendiri, khususnya di Kabupaten Tegal persaingan usaha semakin ketat terutama pada industri yang bergerak dalam usaha pengecoran logam. Ratusan perusahaan bahkan ribuan perusahaan baik kecil dan menengah yang bergerak dalam industri pengecoran logam terus berkompetisi dalam produk yang dibuat terutama dalam hal harga jualnya. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tegal pada Tahun 2013 terdapat 2.948 industri pengecoran logam kategori kecil dan 21 industri pengecoran logam dalam kategori sedang hingga besar.

Menurut Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tegal saat ini perusahaan yang menjadi *supplier* komponen bagi perusahaan dari Jepang khususnya bagi perusahaan yang bergerak pada produksi alat berat komponennya 30% berasal dari industri pengecoran logam yang ada di Kabupaten Tegal (Tempo.co). Mengacu dari hal tersebut maka terdapat peluang besar bagi perusahaan yang bergerak dalam industri pengecoran logam terutama yang berada di Wilayah Kabupaten Tegal untuk mengembangkan bisnisnya.

Karena banyaknya usaha serupa dan terdapat dalam satu wilayah dapat disimpulkan bahwa persaingan antar perusahaan sangat ketat. Dalam persaingan usaha yang semakin ketat tersebut perusahaan dituntut untuk mempunyai keunggulan agar dapat berkembang dan bersaing baik dalam hal variasi produk, kualitas produk, maupun harga jual yang bersaing. Karena salah satu tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memperoleh laba dari aktivitas produksinya. Perusahaan tentunya berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh laba dan meminimalkan biaya produksi seminimal mungkin dengan catatan tidak mengurangi kualitas pada barang yang diproduksi. Yang pasti sesuai dengan nilai yang diinginkan oleh konsumen baik dalam *volume*, waktu, biaya dan harga target yang tepat (Himawan dan Pendajaya, 2005).

Penetapan harga jual yang tepat tentunya berimbang pada lakunya produk dipasaran. Selama ini, industri kecil hingga menengah di Indonesia masih banyak yang menggunakan metode sederhana yaitu *cost-plus pricing* dalam mekanisme penetapan harga jualnya. Metode tersebut dapat digunakan dalam segala jenis perusahaan. Yang mana untuk menghitung harga produk per-unit yang diperlukan hanya menjumlahkan seluruh biaya produk per-unit dengan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Dengan menggunakan metode tersebut rata-rata perusahaan untuk menaikkan laba maka dengan menaikkan harga jual produknya. Hal tersebut dapat berpengaruh pada menurunnya laba yang diperoleh perusahaan karena harga jual produk yang tidak diinginkan oleh konsumen.

Metode *cost-plus pricing* sendiri memang memiliki keunggulan diantara kemudahan mengatur dan menghitung dalam menaikkan harga jual produk ketika terjadi kenaikan baik pada bahan baku, upah pekerja ataupun kenaikan lainnya. Akan tetapi, terdapat pula kelemahan menggunakan metode tersebut yaitu, ketika harga jual produk yang ditetapkan lebih tinggi dari para pesaingnya dan memiliki kualitas produk yang sama maka produk dari perusahaan tersebut akan ditinggalkan oleh konsumennya. Juga sebaliknya ketika harga jual produk rendah maka konsekuensinya laba yang diperoleh perusahaan akan rendah. (Shim dan Sudit, 1995) .

Banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tentang harga jual. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual tersebut adalah faktor produk, tujuan manajer, biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan

baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik, serta faktor *ekstern*, seperti elastisitas permintaan, sasaran produk, persaingan pasar dan pengawasan pemerintah (Swastha dan Irawan, 2005:202).

Permasalahan mengenai penentuan harga jual pada dasarnya perusahaan tidak mempunyai kekuatan dalam mengendalikan harga pasar. Yang mengendalikan harga pasar secara dominan yaitu, permintaan dan penawaran akan produk yang berada dipasaran. Tetapi, inti dari permasalahan tersebut adalah perusahaan tidak ingin mengalami kerugian ketika mereka sudah memproduksi suatu produk. Jadi perusahaan menetapkan harga jualnya dengan memperhitungkan biaya yang mereka keluarkan dalam proses produksinya. Sebagaimana menurut Hansen dan Mowen (2001:638) bahwa perusahaan harus menghasilkan laba yang cukup untuk menutup biaya dan tetap menghasilkan laba.

Berdasarkan permasalahan yang ada di atas, metode *target costing* menjadi salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Karena dengan metode *target costing* perusahaan dapat mengendalikan biaya dan dapat melakukan perencanaan laba yang dilakukan secara sistematis dan efektif sebagai tahap dalam memenuhi tujuan dari perusahaan yaitu meminimalisasi biaya dan memaksimalkan perolehan laba yang didapat. Witjaksono (2006:156) berpendapat bahwa "*target costing* memperlakukan biaya sebagai variabel dependen, yaitu ditentukan dari hasil harga target dikurangi dengan laba target". Proses *target costing* sendiri bisa diartikan sebagai sebuah sistem pengendalian biaya dan perencanaan laba agar harga

jual produk yang dihasilkan bisa sesuai dengan keinginan pasar dalam usaha untuk mencapai tujuan utama perusahaan. Tentunya metode tersebut tidak merugikan bagi perusahaan itu sendiri.

*Target costing* adalah perbedaaan antara harga penjualan yang dibutuhkan untuk menangkap pangsa pasar yang telah ditentukan terlebih dahulu dan laba per-unit yang diinginkan (Hansen dan Mowen, 2009:361). Dalam mengelola biaya yang dikeluarkan perusahaan diperlukan adanya riset pasar untuk mengetahui harga dan kualitas yang diinginkan oleh konsumen serta perencanaan produk yang baik. Supaya tujuan perusahaan dalam meminimalkan biaya dan memperoleh laba yang maksimal dapat tercapai.

Kemudian alasan lain kenapa *target costing* dipilih sebagai metode untuk menentukan harga jual sehingga produk dapat bersaing dengan para kompetitor. Karena perusahaan tidak selalu memiliki kemampuan untuk menentukan harga jual produk seperti yang dikehendakinya. Sering kali para pesaing telah menjual produk yang sama dengan harga tertentu. Pada akhirnya perusahaan tidak ada pilihan lain selain menyesuaikan harga jual produknya dengan mengikuti harga pesaing dan daya beli masyarakat.

Perusahaan harus menggunakan pendekatan yang berbeda dalam menentukan harga jual produknya. Perusahaan tidak lagi hanya memproduksinya dan kemudian menentukan harga jual produknya sesuai dengan harga pasar dan memasarkannya ke pelanggan. Akan tetapi, perusahaan terlebih dulu menentukan biaya atas produknya, setelah itu

menentukan produk yang sesuai dengan biaya dan kebutuhan konsumen. Pendekatan ini yang kemudian dimaknai dengan prosedur metode *target costing*.

UD.Setia Kawan adalah perusahaan pribadi yang didirikan oleh H. Abdul Choliq pada tahun 1970 dan menjadi salah satu dari sekian banyak perusahaan yang bergerak di industri pengecoran logam yang ada di Kabupaten Tegal. Alamat perusahaan tersebut berada di Jl.K.H.Umar Asnawi RT.04 RW 02 Kecamatan Talang Kabupaten Tegal. Perusahaan tersebut pada awalnya menempati lahan seluas  $200m^2$  dan kini luas lahan produksi berkembang hingga mencapai  $1000m^2$ . UD. Setia Kawan merupakan bengkel bubut dan industri pengecoran logam dengan spesialisasi perlengkapan kapal laut (*Marine Equipment*). Usaha ini kini diteruskan oleh putranya, H. Imron Rosadi,ST. Di bawah kepemimpinan seorang Sarjana Teknik Perkapalan ini, produk-produk UD. Setia Kawan telah dipercaya digunakan pada Kapal Perintis, *Ferry*, *Tug Boat* maupun jenis kapal lainnya.

Tujuan pemasaran usaha ini adalah Cirebon, Jakarta, Semarang, Surabaya, hingga Pulau Kalimantan. Dengan tenaga kerja sebanyak 16 orang dan aset perusahaan sekitar Rp.500 juta omset penjualan UD.Setia Kawan bisa mencapai Rp.80 juta/bulan. Untuk Bahan baku sendiri berupa Alumunium, Kuningan/*Bronz* dan Besi yang mudah didapatkan dari wilayah Kabupaten Tegal. Untuk produk sendiri perusahaan mempunyai produk utama yaitu Pintu Kedap Kapal. Selain produk tersebut UD. Setia Kawan

juga memproduksi *Side Scuttle*, *Square Window*, *Hydrant*, Jangkar, dan *Gate Valve* serta komponen lain yang berhubungan dengan perkapalan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti akan mencoba menerapkan Metode *Target Costing* dalam penentuan biaya produksi sebagai langkah meminimalisir biaya produksi dan memaksimalkan laba pada UD. Setia Kawan. Harapannya dengan menerapkan metode tersebut dapat menentukan harga jual secara tepat oleh perusahaan. Dengan metode ini biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi produk akan bisa dikendalikan pada tahap perencanaan dan desain produk. Nantinya bisa diketahui besarnya biaya yang dikeluarkan dengan biaya yang telah dianggarkan untuk memperoleh keuntungan. Peneliti juga mengharapkan metode tersebut dapat diterapkan baik untuk perusahaan UD. Setia Kawan sendiri maupun perusahaan lain yang sama dan masih memerlukan metode yang tepat dalam penentuan biaya produksi sebagai langkah dalam penetapan harga jual produk.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *target costing* dalam penentuan harga jual produk pada UD. Setia Kawan?
2. Apakah *target costing* dapat digunakan dalam meminimalisir biaya produksi dan memaksimalkan laba untuk menekan harga jual pada UD. Setia Kawan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan atas adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peranan *target costing* dalam menentukan harga jual produk.
2. Untuk mengetahui peranan *target costing* dalam meminimalisir biaya dan memaksimalkan laba untuk menekan harga jual pada UD. Setia Kawan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memiliki berbagai manfaat sebagai berikut:

#### 1.4.1 Manfaat Penelitian dalam Sisi Akademis

Manfaat dengan adanya penelitian ini tentunya bisa digunakan sebagai referensi dalam penelitian yang akan datang mengenai penentuan biaya produksi. Dengan harapan adanya pengembangan yang lebih baik lagi. Kemudian selain itu dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa dikembangkan kajian teoritisnya. Sehingga dimasa yang akan datang dapat berkontribusi dalam perkembangan penelitian mengenai penerapan *target costing*.

#### 1.4.2 Manfaat Penelitian dalam Sisi Praktis

Selain manfaat Akademis terdapat juga manfaat yang bisa didapatkan pada penelitian ini yakni sisi akademis, antara lain:

1. Sebagai tambahan pengetahuan mengenai metode *target costing* bagi para pengusaha pengecoran logam maupun perusahaan lain dalam menjalankan bisnis.
2. Sebagai petunjuk bagi para pengusaha pengecoran logam maupun perusahaan lain dalam meminimalkan biaya dan memaksimalkan laba dengan metode *target costing* sebagai langkah dalam penentuan harga jual produk.
3. Dapat dijadikan bahan pengetahuan dalam pengelolaan perusahaan yang baik. Dan juga dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam mempersiapkan perusahaan supaya dapat bersaing.

#### 1.5 Batasan Masalah

Pada penelitian kali ini terdapat dua hal yang menjadu batasan masalah pada penelitian kali ini:

##### 1. Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkup yang akan diteliti. Dimana pada penelitian ini produk yang akan diteliti yaitu pintu kedap kapal. Yang mana produk ini merupakan produk utama yang diproduksi oleh perusahaan. Produk ini juga diproduksi secara simultan sehingga dalam penerapan metode yang akan digunakan lebih mudah.

## 2. Aspek Teknis Penelitian

Selain pembatasan masalah pada ruang lingkup penelitian. Terdapat alasan lain yang mendasari peneliti dalam membatasi permasalahan dalam penelitian ini yaitu aspek teknis penelitian. Aspek teknis disini yaitu salah satunya ketersediaan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dengan membatasi pada produk pintu kedap peneliti dapat memperoleh data yang dibutuhkan sesuai dengan keperluan yang dibutuhkan dalam penelitian ini.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang bertujuan untuk mempermudah dalam proses pengumpulan data, metode penelitian, dan analisis data yang telah diperoleh. Penelitian terdahulu ini berkaitan dengan penerapan metode *target costing* sebagai metode untuk menentukan biaya pokok produksi dalam perusahaan sehingga dapat meminimalisir biaya produksi yang dikeluarkan sehingga laba yang diperoleh sesuai dengan harapan perusahaan.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian	Metode Penelitian
Eka Citra Anugerah	2010	Penerapan Target Costing Pada Perusahaan Konveksi Yuan F Collection Yogyakarta	Dengan penerapan <i>target costing</i> dapat diketahui untuk mengurangi biaya perusahaan dapat mengganti jenis plastik yang digunakan dengan membeli plastik yang lebih murah ,sehingga biaya produksi dapat diminimalisir.	Analisi Deskriptif dengan cara peneliti melakukan perhitungan dengan menggunakan metode <i>target costing</i> dalam penentuan biaya pokok produksi

**Tabel 2.1 (Lanjutan)**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian	Metode Penelitian
Febriyanto Ari Iskandar	2013	Analisis Penerapan Metode <i>Target Costing</i> Dalam Peningkatan Laba Produk Pada Industri Makanan Ringan Katrina <i>Eggroll</i>	Dengan menerapkan metode <i>target costing</i> perusahaan dapat memperoleh laba yang diinginkan bahkan harga jual produk dapat diturunkan sebesar Rp.400,- dari harga jual semula.	Analisis Deskriptif dalam menguraikan penerapan <i>target costing</i>
Jurgen Malue	2013	Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada PT. Cilebes Mina Pratama	Hasil analisis penerapan <i>target costing</i> yang menunjukkan bahwa penerapan <i>target costing</i> pada PT Celebes Mina Pratama lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan perusahaan selama ini, dimana dengan penerapan <i>target costing</i> perusahaan dapat melakukan penghematan biaya sebesar Rp 3.750.348.339	Analisis Deskriptif dalam menjelaskan metode <i>target costing</i>
Henri Paulus Gerungan	2013	Pendekatan <i>Target Costing</i> Sebagai Alat Penilaian	Setelah peneliti melakukan perhitungan dengan	Menggunakan deskriptif analisis dalam menjelaskan

		Efisiensi Produksi Pada PT. Tropica Cocoprima	<i>target costing</i> terjadi perbedaan biaya dengan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan.	<i>target costing</i>
--	--	---	--	-----------------------

**Tabel 2.1 (Lanjutan)  
Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian	Metode Penelitian
			Dengan <i>target costing</i> pada 2011 diperoleh penghematan biaya sebesar Rp 8.024.328.286,78 atau sebesar 18,21% dan tahun 2012 diperoleh penghematan sebesar Rp 582.766.169,59 atau sebesar 2,70%.	
Henditia Wahyu Kumalasari	2015	Penerapan Sistem <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi	Penerapan <i>target costing</i> pada Usaha Dagang  Tiga Putra lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh dimana dengan penerapan <i>target costing</i> maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya	Analisis Deskriptif dimana peneliti menerapkan metode <i>target costing</i> sebagai upaya meminimalisasi biaya dan mengoptimalkan laba

			sebesar 25% hingga 30% dari biaya yang dikeluarkan sebelum menggunakan metode <i>target costing</i>	
--	--	--	---	--

## 5.2 Kajian Teoritis

### 5.2.1 Pengertian Biaya

Biaya adalah salah satu komponen yang selalu melekat ketika suatu entitas atau perusahaan memproduksi ataupun menjual suatu produk. Biaya sendiri dalam akuntansi biasa disebut dengan istilah *cost*. Dalam perusahaan manufaktur biaya dikeluarkan oleh perusahaan baik dalam proses produksi maupun operasional perusahaan. Karena itu, menurut Cecily A Raiborn dan Michael R Kenney (2011:4) mengatakan bahwa biaya produk (*product cost*) adalah jumlah dari biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membuat satu unit produk.

Kemudian definisi biaya menurut Witjaksono (2006:6) menyatakan, biaya (*cost*) adalah suatu pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan. Lalu berdasarkan pendapat dari Supriyono (2011:14), biaya (*expenses*) adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) yang akan dipakai sebagai

pengurang penghasilan. Pendapat tersebut diperkuat dengan adanya definisi dari Mulyadi (2003:4), mengemukakan bahwa definisi biaya adalah kos sumber daya yang telah atau akan dikorbankan untuk mewujudkan tujuan tertentu. Horngren, Srikant, Foster (2006:39) juga mengemukakan biaya (*cost*) sebagai sumber daya yang dikorbankan atau dilepaskan untuk mencapai tujuan tertentu. Pendapat Carter (2009:2) dalam bukunya yang berjudul “Akuntansi Biaya” mendefinisikan biaya adalah suatu nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan yang dikeluarkan untuk menjamin memperoleh manfaat. Definisi diatas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah harga perolehan dari suatu pengorbanan atas sumber-sumber ekonomi baik barang atau jasa untuk mendapat sesuatu yang merupakan tujuan yaitu pendapatan atau penghasilan baik di masa kini atau masa mendatang.

Menurut Mulyadi (2010:8) dalam bukunya yang berjudul “Akuntansi Biaya” menyatakan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya dapat didefinisikan atau diartikan dalam dua kategori, yaitu secara sempit dan luas. Dalam arti sempit, definisi atau pengertian biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, sedangkan dalam arti luas, definisi atau pengertian biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

### 2.2.2 Klasifikasi Biaya

Mursyidi (2008:15) mengklasifikasikan biaya menjadi dua, yaitu biaya yang sifatnya berhubungan langsung (*direct cost*) dengan suatu produk yang dihasilkan, dan biaya yang mempunyai hubungan tidak langsung (*Indirect Cost*) dengan suatu produk. Biaya yang mempunyai hubungan langsung dengan suatu produk disebut dengan Biaya Produksi (*Production Cost/Manufacturing Cost/Factory Cost*). Sedangkan biaya yang mempunyai hubungan tidak langsung dengan suatu produk dikenal dengan nama Beban Komersial (*Commercial Expenses*).

Kemudian pendapat tersebut diperkuat oleh pendapat Mulyadi (2010:16) yang menjelaskan bahwa dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya: biaya produksi dan biaya non-produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk atau biaya yang keluar akibat adanya aktivitas konversi dari bahan baku mentah menjadi produk jadi, sedangkan biaya non-produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non-produksi, seperti kegiatan pemasaran serta kegiatan administrasi dan umum. Biaya produksi membentuk *cost* produksi, yang digunakan untuk menghitung biaya produk jadi dan biaya produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Biaya non-produksi ditambahkan pada biaya produksi untuk menghitung total *cost* produk.

Selain biaya-biaya yang telah dijelaskan diatas juga terdapat penjelasan lain mengenai biaya yang ada dalam perusahaan. Kemudian hal lain yang ada dalam suatu usaha diantaranya adanya proses perencanaan, pengendalian, dan pembuatan keputusan. Menurut Harnanto dan Zulkifli (2003:32), terdapat biaya yang hubungannya dengan perencanaan, pengendalian, dan pembuatan keputusan yang dikelompokkan ke dalam berbagai golongan, yaitu:

1. Biaya standar dan biaya dianggarkan.

Biaya standar, merupakan biaya yang ditentukan di muka (*predetermine cost*) yang merupakan jumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk menghasilkan satu *unit* produk. Biaya yang dianggarkan, merupakan perkiraan total pada tingkat produksi yang direncanakan.

2. Biaya terkendali dan biaya tidak terkendali

Biaya terkendali (*controllable cost*), merupakan biaya yang dapat dipengaruhi secara signifikan oleh manajer tertentu. Biaya tidak terkendali (*uncontrollable cost*), merupakan biaya yang tidak secara langsung dikelola oleh otoritas manajer tertentu.

3. Biaya tetap *committed* dan *discretionary*

Biaya tetap *committed*, merupakan biaya tetap yang timbul dan jumlah maupun pengeluarannya dipengaruhi oleh pihak ketiga dan tidak bisa dikendalikan oleh manajemen. Biaya tetap *discretionary*, merupakan biaya tetap yang jumlahnya dipengaruhi oleh keputusan manajemen.

4. Biaya variabel teknis dan biaya kebijakan

Biaya variabel teknis (*engineered variabel cost*), adalah biaya variabel yang sudah diprogramkan atau distandarkan seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya variabel kebijakan (*discretionary variabel cost*), adalah biaya variabel yang tingkat variabilitasnya dipengaruhi kebijakan manajemen.

5. Biaya relevan dan biaya tidak relevan

Biaya relevan (*relevan cost*), dalam pembuatan keputusan merupakan biaya yang secara langsung dipengaruhi oleh pemilihan alternatif tindakan oleh manajemen. Biaya tidak relevan (*irrelevant cost*), merupakan biaya yang tidak dipengaruhi oleh keputusan manajemen.

6. Biaya terhindarkan dan biaya tidak terhindarkan

Biaya terhindarkan (*avoidable cost*), adalah biaya yang dapat dihindari dengan diambilnya suatu alternative keputusan. Biaya tidak terhindarkan (*unavoidable cost*), adalah biaya yang tidak dapat dihindari pengeluarannya.

7. Biaya diferensial dan Biaya marjinal

Biaya diferensial (*differensial cost*), adalah tambahan total biaya akibat adanya tambahan penjualan sejumlah unit tertentu. Biaya marjinal (*marginal costs*), adalah biaya dimana produksi harus sama dengan penghasilan marjinal jika ingin memaksimalkan laba.

### 2.2.3 Penggolongan Biaya

Menurut Mulyadi (2010:8) Biaya dapat digolongkan menjadi beberapa golongan atas dasar sebagai berikut:

1. Obyek Pengeluaran: Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya.
2. Fungsi-Fungsi Pokok Perusahaan: Dalam Perusahaan terdapat tiga fungsi pokok, yaitu Produksi, Pemasaran dan Administrasi dan Umum. Biaya Produksi, merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi. Biaya Pemasaran, merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan pemasaran produk. Biaya Administrasi dan Umum, merupakan biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran.
3. Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai: Biaya Langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya Langsung terdiri dari Biaya Bahan Baku (BBB) dan Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL).
4. Atas Dasar Tingkah Lakunya terhadap Perubahan *Volume* Kegiatan. Biaya *Variabel*, adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya *Semi Variabel*, adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan *volume* kegiatan. Pada biaya ini mengandung unsur biaya tetap dan biaya *variable*. Biaya Tetap, adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Biaya *Semi Fixed*, adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume

kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume kegiatan produksi tertentu.

5. Atas dasar jangka waktu manfaatnya: Pengeluaran modal (*capital expenditures*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadi pengeluaran tersebut.

Menurut Rudianto (2013:16) biaya dalam perusahaan manufaktur dikelompokkan menjadi beberapa kelompok menurut spesifikasi kegunaannya, yaitu:

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku yang telah digunakan untuk menghasilkan suatu produk jadi tertentu.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar pekerja yang terlibat langsung dengan proses produksi.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya-biaya selain biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi dibutuhkan dalam proses produksi. Yang termasuk dalam kelompok ini adalah:

- a. Biaya Bahan Penolong (bahan tidak langsung) yaitu bahan tambahan yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk tertentu.

- b. Biaya Tenaga Kerja Penolong (tenaga kerja tidak langsung) yaitu pekerja yang dibutuhkan dalam proses menghasilkan suatu barang tetapi tidak terlibat langsung dalam proses produksi.
  - c. Biaya Fabrikasi Lain adalah biaya-biaya tambahan yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk selain biaya bahan penolong dan biaya tenaga kerja penolong.
4. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran digunakan untuk menampung keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan ketika mendistribusikan barang dagangannya hingga sampai ke pelanggan.

5. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum digunakan untuk menampung keseluruhan biaya operasi kantor.

#### 2.2.4 Pengertian Harga

Harga dalam aktivitas usaha memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen terhadap produk yang akan dibeli. Oleh karena itu, harga sangat menentukan terhadap keberhasilan pemasaran dari suatu produk. Dengan harga yang kompetitif maka kemungkinan produk dapat diterima oleh para konsumen semakin tinggi. Dan ini berpengaruh pada laba yang akan didapatkan oleh perusahaan. Definisi harga sendiri menurut Kotler dan Armstrong (2001:439) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar oleh konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan jasa tersebut.

### 2.2.5 Tujuan Penetapan Harga

Kemudian menurut Tjiptono (2005:35), terdapat empat hal yang menjadi tujuan dari ditetapkannya harga, yaitu:

1. Tujuan yang pertama dari ditetapkannya harga, yakni berorientasi laba.  
Ini didasarkan pada asumsi teori ekonomi klasik yang menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang maksimum. Dalam kondisi persaingan yang sangat ketat dan serba kompleks penerapannya sangat sulit dilakukan.
2. Tujuan berorientasi pada volume. Tujuan ini dimana harga ditetapkan sedemikian rupa untuk dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan, maupun pangsa pasar.
3. Tujuan berorientasi pada citra. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi maupun rendah untuk membantu mempertahankan atau membuat citra dari perusahaan.
4. Tujuan stabilitas harga. Tujuan stabilitas dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dengan harga pemimpin industri.
5. Tujuan-tujuan lain. Penetapan harga dapat juga bertujuan untuk mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

### 2.2.6 Pengertian Laba

Menurut Belkoui (2007:229) mengemukakan bahwa laba dalam akuntansi secara operasional didefinisikan sebagai perbedaan antara realisasi laba yang tumbuh dari transaksi-transaksi selama periode berlangsung dan biaya-biaya historis yang berhubungan. Sedangkan menurut Soemarso (2009:234) laba adalah selisih pendapatan atas biaya yang terjadi sehubungan dengan usaha memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Sedangkan pengertian laba menurut Harahap (2008:113) “kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi”.

Kemudian menurut Kieso, Weygant dan Warfield (2008:148) mengatakan bahwa laba dalam akuntansi disajikan pada laporan laba-rugi perusahaan dalam laba rugi sendiri terdapat beberapa jenis laba:

1. Laba Kotor (*gross profit*)

Laba kotor merupakan hasil pengurangan dari penjualan perusahaan pada periode tertentu dikurangi dari harga pokok produk yang dijual.

2. Laba Operasi (*income from operation*)

Laba operasi diperoleh dari hasil pengurangan laba kotor dengan biaya operasi perusahaan.

3. Laba Bersih Sebelum Pajak (*income before tax*)

Laba bersih sebelum pajak merupakan perhitungan dari laba operasi dikurangi dengan beban bunga.

4. Laba dari Operasi yang Berkelanjutan (*income from continuing operations*)

Laba dari operasi yang berkelanjutan merupakan laba akhir yang diperoleh dari laba sebelum pajak dikurangi dengan penghasilan.

#### 5. Laba Bersih (*net income*)

Laba bersih adalah laba bersih sebelum pajak dikurangi dengan pajak atas penghasilan.

#### 2.2.7 Pengertian *Target Costing*

Menurut Rudianto (2013:144) target biaya atau *target costing* adalah metode penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan. Menurut metode ini, perusahaan menetapkan biaya produk yang dianggap sesuai dengan keadaan pasar, menentukan laba yang diinginkan, baru kemudian menentukan harga jual produk tersebut kepada masyarakat.

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga Jual} - \text{Laba yang Diharapkan}$$

**Gambar 2.1**

#### **Bagan Alur *Target Costing***

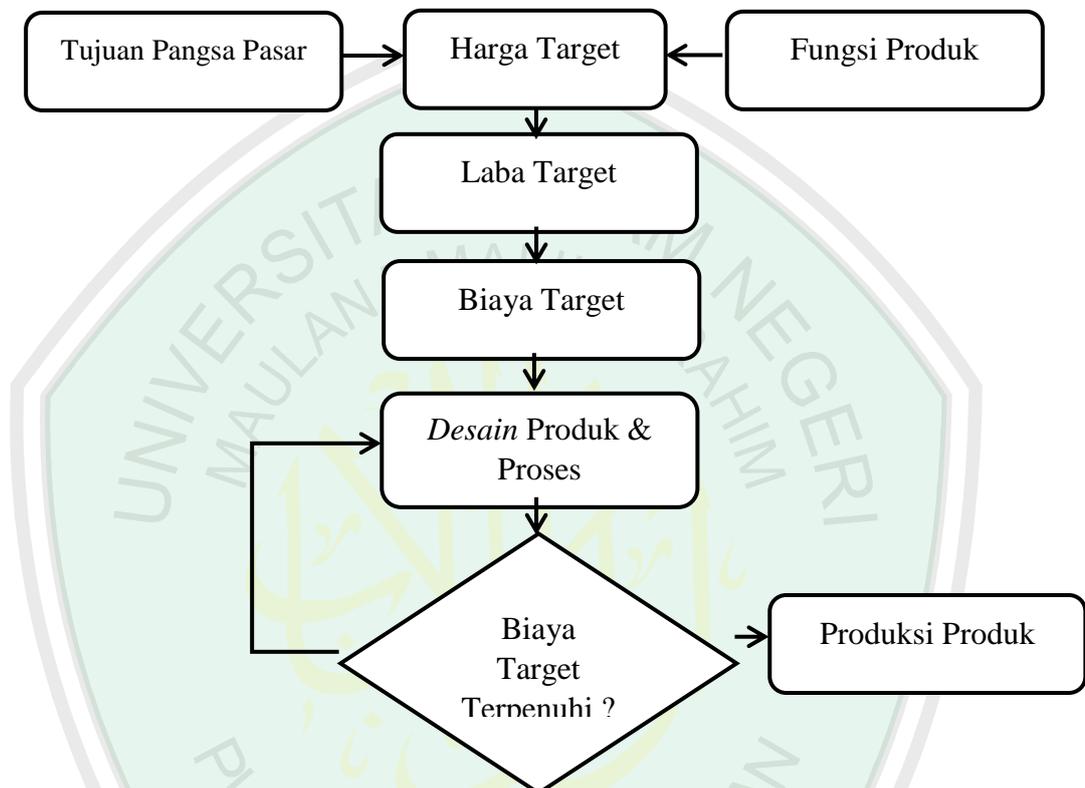


Sumber: Rudianto (2013:145)

Kemudian menurut Blocher, Chen dan Lin (2000:20) *target costing* merupakan alat yang secara langsung muncul dengan adanya persaingan pasar yang ketat dalam banyak industri. *Target costing* menentukan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut akan memperoleh laba yang diharapkan. Dalam metode *target costing* berbeda dengan metode lain yang digunakan untuk pengendalian biaya. Pada target costing harga jual produk ditetapkan terlebih dahulu, lalu setelah itu menetapkan target *margin* laba dan *target cost*.

Menurut pendapat Hansen dan Mowen (2009:361) biaya target adalah perbedaan antara harga penjualan yang dibutuhkan untuk menangkap pangsa pasar yang telah ditentukan terlebih dahulu dan laba per unit yang diinginkan. Jika biaya target kurang dari apa yang saat dapat tercapai, maka manajemen harus menemukan penurunan biaya yang menggerakkan biaya aktual ke biaya target. Terdapat tiga metode dalam menemukan penurunan biaya metode tersebut adalah rekayasa berlawanan, analisis nilai, dan perbaikan proses. Dengan adanya rekayasa berlawanan dengan membedah produk pesaing untuk mencari tahu keistimewaan rancangan yang dapat membuat biaya produksi lebih efisien. Kemudian analisis nilai yakni menaksir nilai yang ditempatkan pada berbagai fungsi produk oleh pelanggan. Lalu, perbaikan proses adalah proses perancangan ulang untuk memperbaiki efisiensinya dan juga dapat memberikan suatu untuk mencapai kebutuhan penurunan biaya

**Gambar 2.2**  
**Model Perhitungan Biaya**



Sumber: Hansen & Mowen (2009:362)

Terdapat enam prinsip dalam penerapan *target costing* menurut Witjaksono (2006:159) yaitu:

1. Harga menentukan biaya (*Price Led Costing*).

Prinsip ini menggunakan harga pasar suatu produk untuk menentukan target biaya yang terjadi atau yang akan dikurangi.

2. Fokus pada pelanggan.

Prinsip ini menggambarkan bahwa pelanggan menginginkan kualitas produk yang baik dan distribusi produk yang tepat waktu.

3. Fokus pada desain produk dan desain proses.

Salah satu tujuan dari diterapkannya *target costing* adalah untuk mengendalikan biaya. Dalam prinsip ini pengendalian biaya berfokus pada desain produk dan proses produk.

4. *Cross Functional Team* (perpaduan fungsi dalam tim).

Prinsip ini menjelaskan bahwa dalam membuat suatu produk perlu adanya perpaduan berbagai fungsi dan bidang untuk dilibatkan dalam proses produksi produk.

5. Melibatkan Rantai Nilai (*value chain*).

Dalam penerapan *target costing* perlu adanya keterlibatan dari berbagai komponen dalam perusahaan baik *supplier*, distributor, penyedia jasa, dan konsumen itu sendiri.

6. Orientasi daur hidup produk.

Berorientasi pada siklus hidup produk (*life-cycle product*).

#### 2.2.8 Tahap-tahap Penerapan *Target Costing*

Penerapan metode *target costing* terdapat lima tahap yang harus dilalui perusahaan. Tahap-tahap yang harus dilalui tersebut menurut Rudianto (2009:278-279), adalah:

1. Menetapkan harga pasar.

Untuk menetapkan harga produk perusahaan. Terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan oleh manajemen, seperti harga produk pesaing, daya beli masyarakat, kondisi perekonomian secara umum, nilai tukar rupiah dan lain sebagainya.

2. Menentukan laba yang diharapkan

Setelah dapat menentukan harga jual produknya dengan mempertimbangkan mekanisme pasar yang berlaku, perusahaan harus menetapkan harga jual per unit produknya. Penetapan harga jual per unit dipengaruhi oleh berbagai hal yang terkait, seperti pangsa pasar yang ingin diperoleh, tingkat pertumbuhan yang diinginkan dan volume penjualan yang direncanakan. Dari harga jual yang ditetapkan di dalamnya sudah terdapat laba yang ingin diperoleh perusahaan.

3. Menetapkan target biaya

Berdasarkan harga jual yang telah ditentukan tersebut dikurangi dengan laba per unit produk diharapkan, perusahaan dapat menentukan tingkat biaya yang diharapkan untuk menghasilkan produk yang diinginkan.

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga Jual} - \text{Laba yang Diharapkan}$$

4. Menggunakan rekayasa nilai untuk mengidentifikasi cara yang dapat digunakan untuk menurunkan biaya produk.

Yaitu semua upaya yang dianggap perlu untuk memodifikasi produk perusahaan yang lebih rendah dengan tetap disertai upaya memberikan nilai (*value*) yang optimal kepada pelanggan. Rekayasa nilai digunakan dalam *target costing* untuk menurunkan biaya produk dengan cara menganalisis *trade-off* antara:

- a. Jenis dan tingkat berbeda dalam fungsional produk.
- b. Biaya produk total.

5. Menggunakan *kaizen costing* dan pengendalian operasional untuk terus menurunkan biaya.

Kaizen berarti perbaikan secara terus menerus untuk mencari cara yang lebih baik dalam proses pengerjaan sesuatu. Berkaitan dengan proses produksi, berarti suatu upaya berkelanjutan untuk mencari metode yang lebih baik didalam proses produksi. Sedangkan yang berkaitan dengan perhitungan biaya merupakan upaya terus menerus mencari metode produksi yang dapat menurunkan biaya produksi suatu produk.

*Kaizen costing* sendiri merupakan metode perhitungan biaya dimana diupayakan terus menerus mencari cara baru untuk menurunkan biaya dalam proses manufaktur produk dengan desain dan fungsionalitas yang ada.

#### 2.2.9 Tujuan dan Alasan Menggunakan *Target Costing*

Tujuan menggunakan *target costing* sebagaimana yang dikutip dalam Anugerah (2010) Tujuan *target costing* adalah untuk merancang biaya produk pada tahap perencanaan dari pada mencoba mengurangi biaya selama tahap manufaktur. *Target costing* merupakan contoh yang relevan yang dapat digunakan untuk tujuan strategi dan betapa pentingnya bagi perusahaan untuk mempunyai sistem yang mempertimbangkan pengukuran kinerja sepanjang *value chain* secara keseluruhan. Selain itu, menurut Monden dalam Himawan dan Pendajaya (2005) *target costing* mempunyai dua tujuan, yaitu:

1. Untuk mengurangi biaya produk baru agar keuntungan yang dikehendaki dapat tercapai.

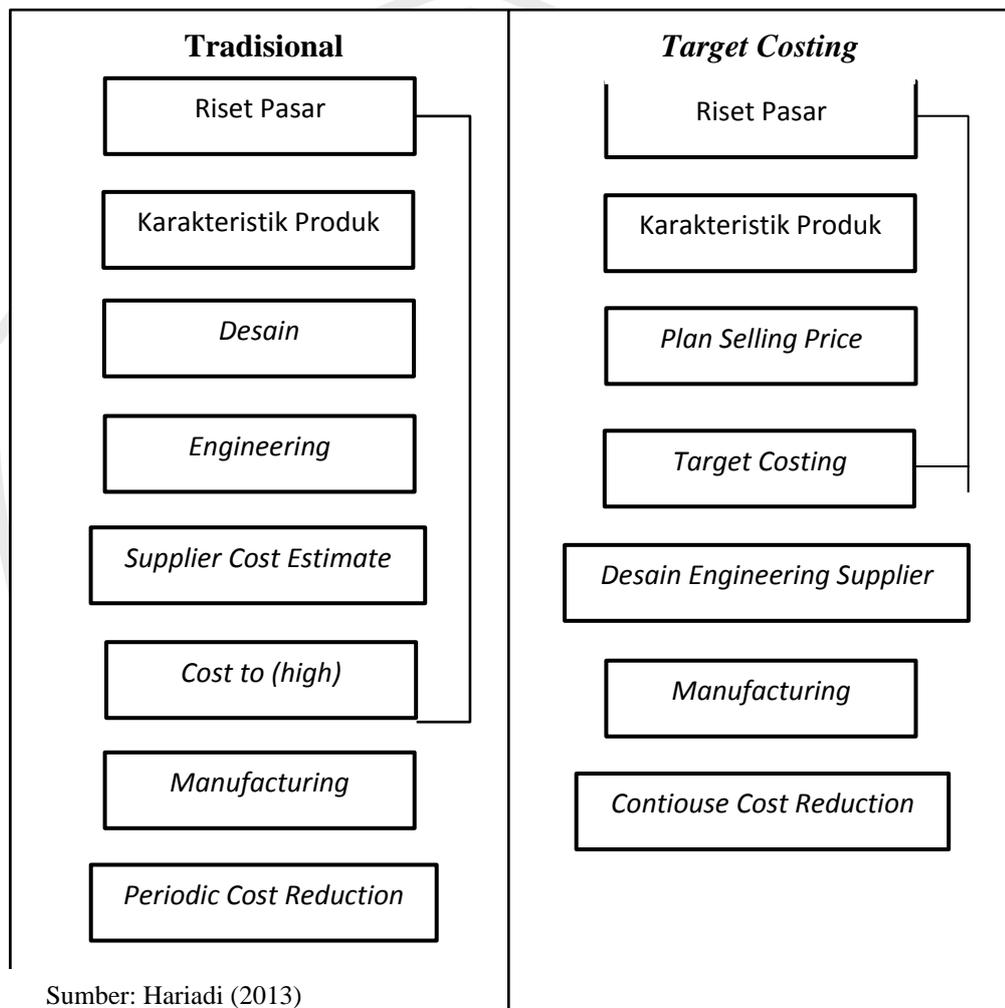
2. Untuk memotivasi seluruh karyawan agar memperoleh laba target pada saat pengembangan produk baru dengan menjalankan metode *target costing* diseluruh aktivitas perusahaan.

Selanjutnya alasan menggunakan *target costing* menurut Garrison dan Noreen (2001) terdapat dua alasan, yaitu:

1. Banyak perusahaan yang hanya mempunyai sedikit kontrol atas harga. Pasar (penawaran dan permintaan) benar-benar menentukan harga dan perusahaan yang tidak mau berusaha mengetahui hal ini akan berbahaya. Karena itu antisipasi dari harga pasar dilakukan dengan menggunakan *target costing*.
2. Kebanyakan biaya dari produk itu ditentukan pada tahap desain, sehingga sekali produk itu sudah didesain dan masuk dalam proses produksi, tidak banyak yang dapat dilakukan untuk mengurangi biayanya secara signifikan. Padahal kesempatan untuk mengurangi biaya kebanyakan berasal dari desain produk. Misalnya, dengan menjadikannya mudah dibuat, menggunakan bahan yang tidak mahal namun dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

2.2.10 Perbedaan Pendekatan Tradisional dan *Target Costing*

Gambar 2.3

Perbedaan Pendekatan Tradisional dan *Target Costing*

## 2.3 Integrasi

### 2.3.1 Integrasi Berdasarkan Al-Qur'an

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ أَنْتُمْ تَحَارُونَ تَحَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An Nisa 29)

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي الشَّيْطَانُ يَتَخَبَّطُهُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا

إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ

وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (٢٧٥)

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah Menghalalkan jual beli dan Mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhan-nya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.” (QS. Al Baqarah 275)

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ

بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا (٥٨)

Artinya: “Sesungguhnya Allah Menyuruh kalian menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kalian) apabila menetapkan hukum di antara orang-orang supaya kalian memutuskan dengan adil. Sesungguhnya Allah Memberi sebaik-baik pengajaran kepada kalian. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (QS. An Nisa 58)

### 2.3.2 Integrasi Berdasarkan Hadist

إنما البيع تراءد (رواه البخارى)

Artinya: “Sungguhny jual-beli hanya bisa dilakukan atas dasar suka sama suka.”(HR. Bukhari)

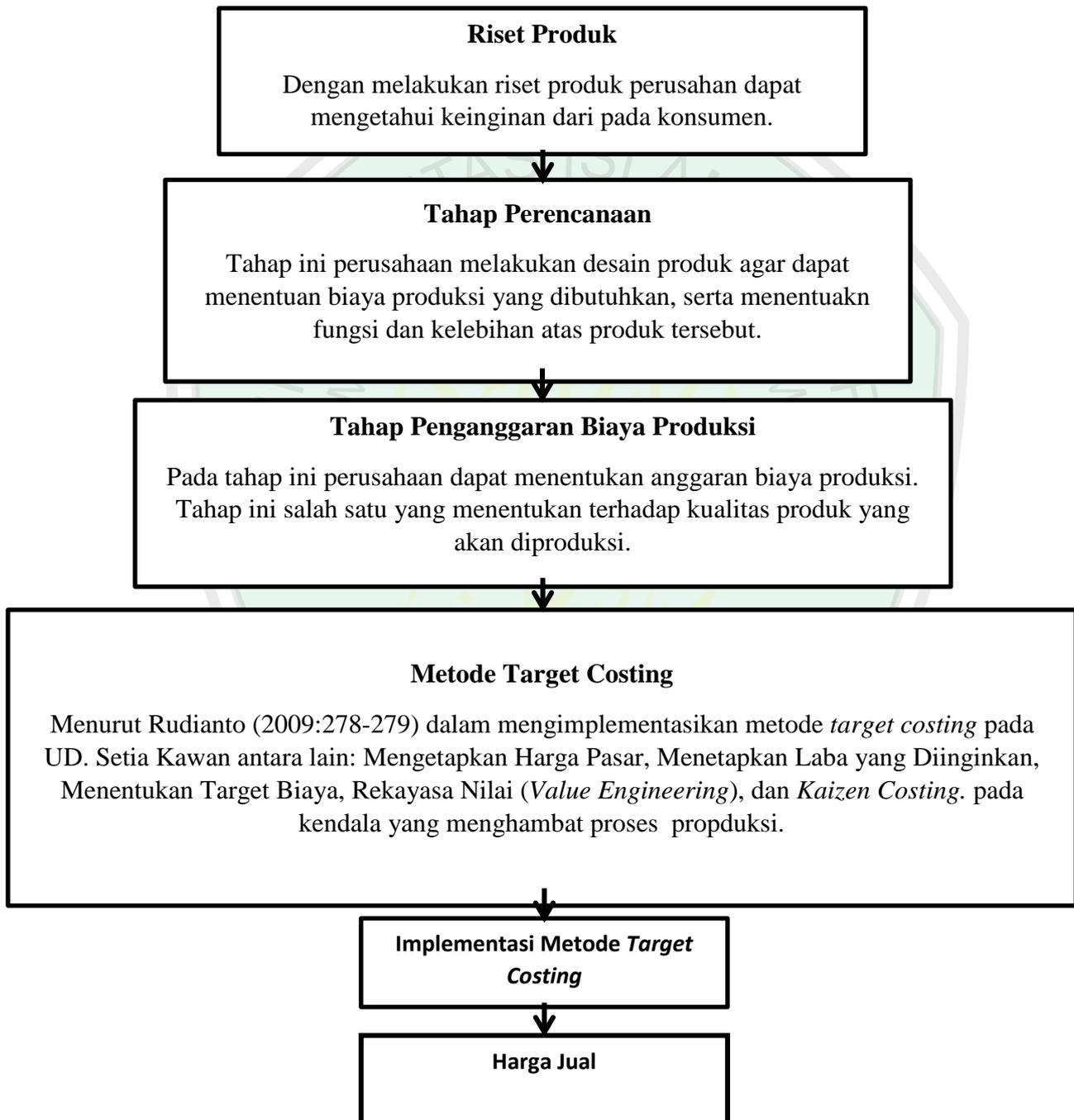
Kemudian dalam Hadist Nabi yang berasal dari Ruf’ah bin Rafi’ menurut riwayat al-Bazar yang disahkan oleh al-Hakim:

أن النبي صلى الله عليه وسلم سئل أى الكسب أطيب قال عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور

Artinya: “Sesungguhnya Nabi Muhammad SAW, pernah ditanya tentang usaha apa yang paling baik; nabi berkata: “Usaha seseorang dengan tangannya dan jual beli yang mabrur”.

## 2.4 Kerangka Berfikir

**Gambar 2.4**  
**Kerangka Berfikir Penelitian**



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian Analisis Deskriptif. Dimana penelitian jenis ini bertujuan untuk membandingkan antara konteks satu dengan domain yang lain. Didalam penelitian ini penulis membandingkan hasil perhitungan menurut perusahaan (biaya standar) dan perhitungan dengan *target costing*.

#### **3.2 Obyek Penelitian**

Objek penelitian adalah penetapan harga jual produk dengan malakukan perhitungan terhadap biaya produksi. Yang bertujuan untuk meminimalisir biaya produksi dan perusahaan dapat mencapai tujuannya yaitu memperoleh laba yang diinginkan.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data dengan mengutip dan mempelajari literatur-literatur, buku-buku yang bersifat ilmiah, dan

sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan penulisan ilmiah ini sebagai landasan teori, dasar penelitian dan analisis data.

## 2. Studi Lapangan atau Obsevasi

Penelitian lapangan dilakukan untuk mengumpulkan data langsung dari objek penelitian atau pembahasan dengan wawancara atau *interview* langsung dengan pimpinan perusahaan dan pegawai yang berwenang dan juga mengadakan pengamatan secara langsung pada objek yang berkaitan dengan penulisan penelitian ini.

### 3.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 yaitu:

- a. Data kuantitatif yang digunakan dalam penulisan laporan ini berupa data-data perusahaan yang diukur dalam satuan volume dan satuan uang, antara lain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.
- b. Data kualitatif yang digunakan dalam penulisan laporan ini berupa keterangan dan penjelasan dari pihak perusahaan mengenai perhitungan biaya produksi yang dilakukan perusahaan dalam menetapkan harga jual.

### 3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 yaitu:

- a. Data Primer, Data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti (tidak melalui perantara) berupa hasil wawancara dan observasi langsung dengan pegawai dan juga pimpinan UD. Setia Kawan.
- b. Data Sekunder, Merupakan data yang diperoleh dari berbagai literatur yang berkaitan langsung dengan penelitian untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian.

### 3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif dimana dengan menggunakan rumus-rumus untuk menentukan *target costing* kemudian menjelaskan dengan angka-angka yang didapatkan. Tahapan yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

1. Tahap pertama, peneliti melakukan analisis terhadap proses produksi dalam perusahaan yang diteliti. Tujuannya adalah memperoleh data-data perusahaan mengenai gambaran umum perusahaan, biaya-biaya produksi dan nonproduksi, dan data-data pendukung lainnya. Selain itu, agar peneliti mengetahui secara menyeluruh proses produksi pada perusahaan.
2. Tahap kedua, menetapkan harga jual. Penetapan harga jual dilakukan dengan melakukan riset terhadap harga jual produk perusahaan, harga jual kompetitor yang memproduksi produk sejenis dan harga pasar.

3. Tahap ketiga, menetapkan markup atau laba yang diinginkan oleh perusahaan serta melakukan perhitungan seluruh biaya dalam proses produksi kemudian membuat biaya taksiran.
4. Tahap ketiga, melakukan perhitungan dengan metode *Target Costing*:

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga Jual} - \text{Laba yang Diharapkan}$$

5. Mengevaluasi serta melaksanakan langkah-langkah dalam penerapan *target costing* yaitu menentukan *allowable cost*, menghitung jumlah *drifting cost* perusahaan, serta melakukan *value engineering* yaitu untuk menekan biaya-biaya produksi dan nonproduksi perusahaan.
6. Melakukan analisis untuk mengoptimisasi laba yang diperoleh perusahaan dengan melakukan proyeksi laba.
7. Menyimpulkan hasil perhitungan dengan *target costing* dan membandingkan dengan hasil perhitungan biaya standar.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Deskripsi Umum UD. Setia Kawan

UD. Setia Kawan merupakan salah satu perusahaan pengecoran logam dari sekian banyak perusahaan yang berada di Kabupaten Tegal. Perusahaan tersebut dapat memproduksi berbagai macam produk yang berhubungan dengan peralatan maupun perlengkapan kapal laut salah satunya pembuatan pintu kedap yang biasanya digunakan pada Kapal *Ferry*, *Tugboat*, dan Perintis . Usaha ini telah berdiri sejak tahun 1970 yang didirikan oleh putra asli kelahiran Kabupaten Tegal yaitu, H. Abdul Cholik yang kemudian diturunkan kepada anaknya yaitu H. Imron Rosadi . Beliau mendirikan sebuah perusahaan pengecoran logam atas dasar berbagai macam alasan. Salah satu alasan mengapa beliau memilih mendirikan usaha pengecoran logam ini adalah karena Kabupaten Tegal ini terkenal dengan sebutan Kota Bahari. Makna dari kata Kota Bahari itu sendiri karena Kabupaten Tegal memiliki laut yang membentang luas. Karena posisi daerah tersebut yang berada di jalur strategis yaitu jalur pantura yang menghubungkan berbagai daerah yang ada di Pulau Jawa. Karena terdapat laut maka sektor perikanan di daerah tersebut sangat besar yang berdampak pada banyaknya kapal laut yang beroperasi.

Banyaknya kapal laut yang beroperasi di Kabupaten Tegal maupun di Indonesia, tentunya dapat menumbuhkan usaha disektor perkapalan. Baik perusahaan yang bergerak pada perbaikan kapal maupun perusahaan yang bergerak dalam pembuatan kapal laut (galangan kapal). Di Kabupaten Tegal sendiri terdapat sekitar 3.000 perusahaan yang bergerak pada industri pengecoran logam. Dari jumlah tersebut hanya ratusan saja yang memproduksi komponen-komponen kapal, salah satunya UD. Setia Kawan. Pemerintah sendiri sangat mendukung perusahaan yang bergerak dalam pengecoran logam. Bentuk dukungan dari pemerintah daerah sendiri diantaranya membuat satu sentra industri dalam suatu wilayah yang didalamnya terdapat banyak usaha yang sama. Salah satunya yaitu sentra industri pengecoran logam yang letaknya di Desa Kebasaen, Kecamatan Talang ini. Pemerintah juga membangun Lingkungan Industri Kecil (LIK) untuk menampung perusahaan yang membutuhkan lahan dan adanya bantuan modal dalam mengembangkan industrinya.

UD. Setia Kawan sendiri menjadi salah satu industri pengecoran logam tertua yang ada di Kabupaten Tegal. Atas dasar itu berbagai masalah sudah dilalui oleh pemilik perusahaan tersebut. Dari susahnyamasasarkan produk, minimnya peralatan produksi dan mahalnyabahan baku untuk membuat produk. Pada awalnya perusahaan manufaktur ini hanya memiliki luas lahan sekitar  $200m^2$  dan terus berkembang hingga saat ini sudah memiliki lahan seluas  $1000m^2$  yang terbagi menjadi dua bangunan yaitu bangunan sebagai tempat produksi dan bangunan yang digunakan sebagai gudang yang

didalamnya terdapat juga ruang pameran. Perkembangan tersebut tidak terlepas dari usaha pemilik yang terus berusaha untuk mengembangkan perusahaan baik dengan menambak peralatan maupun perlengkapan produksi yang lebih modern serta menambah jumlah tenaga kerja dan tentunya perusahaan terus memperbaiki proses produksi maupun pelayanan terhadap konsumennya agar perusahaan dapat terus berkembang dan memperlebar jangkauan pemasaran produknya.

Saat ini produk utama yang diproduksi oleh perusahaan secara simultan adalah pembuatan pintu kedap untuk berbagai jenis kapal laut. Produk ini juga telah didaftarkan ke Kementerian Perindustrian atas nama UD. Setia Kawan dengan NPWP: 26.036.918.6-501.000 dengan mendapatkan Sertifikat TKDN Kementerian Perindustrian No. 129/SJ-IND.7/TKDN/IV/2014 yang berlaku mulai 28 April 2014. Sertifikat produk pintu kedap ini menjadi harapan perusahaan agar lebih berkembang dalam segi penjualan. Karena dengan adanya sertifikat tersebut konsumen akan lebih percaya terhadap kualitas dari produk tersebut.

#### 4.1.2 Visi dan Misi

Ketika akan mendirikan suatu usaha tentunya harus memiliki tujuan yang jelas untuk kedepannya. Begitu juga dengan UD. Setia Kawan yang memiliki tujuan ketika awal berdirinya. Usaha dagang yang didirikan sekitar 50 tahun yang lalu itu memiliki salah satu tujuan yaitu dapat menjadi perusahaan yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar dan daerah. Pemilik usaha dagang tersebut ingin usahanya dapat menjadi suatu kebanggaan yang

mana dengan adanya usaha dagang tersebut dapat membantu mengurangi pengangguran yang ada dimasyarakat sekitarnya. Perusahaan juga memiliki imipian yang dituangkan dalam visi dan misi dari usaha dagang ini. Berikut ini visi dan misi UD. Setia Kawan:

#### Visi

Menjadi Industri Komponen Kapal Berskala Nasional

#### Misi

- Memperluas jangkauan pemasaran produk komponen kapal.
- Meningkatkan kualitas produk.
- Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

#### 4.1.3 Produk UD. Setia Kawan

Produk yang diproduksi oleh usaha dagang tersebut meliputi komponen kapal seperti pintu kedap kapal, jendela kapal, kemudi kapal, hydrant dan komponen kapal lainnya baik kapal *ferry*, kapal perintis maupun kapal *tugboat*. Dalam penelitian ini penulis membatasi penelitian yang hanya berfokus pada satu produk komponen kapal saja yaitu pintu kedap kapal. Karena produk tersebut diproduksi secara simultan oleh perusahaan. Produk tersebut juga menjadi produk yang paling laku dari produk lain yang diproduksi oleh perusahaan. Selain paling laku produk tersebut juga menjadi fokus perusahaan baik untuk kualitas produk maupun wilayah pemasaran produk tersebut.

#### 4.1.4 Peta Pemasaran UD. Setia Kawan

Produk yang dihasilkan oleh UD. Setia Kawan saat ini sudah merambah ke berbagai kota di Indonesia. Terutama dipasarkan ke daerah yang memiliki pelabuhan yang tentunya terdapat banyak galangan kapal yang membutuhkan komponen kapal untuk membuat suatu unit kapal laut. Kota yang saat ini menjadi tujuan pemasaran produk dari UD. Setia Kawan diantaranya adalah Jakarta, Banten, Cirebon, Semarang, Surabaya, Balikpapan, dan terutama untuk wilayah Tegal sendiri. Karena di Tegal sendiri terdapat sekitar 20 galangan yang memproduksi dan 8 dari total perusahaan galangan kapal tersebut sudah menjadi konsumen dari UD. Setia Kawan sendiri.

Karena banyaknya daerah yang telah menjadi tujuan pemasaran dari produk yang dihasilkan oleh UD. Setia Kawan maka dapat disimpulkan bahwa konsumen dari perusahaan tersebut tidaklah sedikit. Yang tentunya ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi perusahaan sendiri agar produk yang dipasarkan terus diterima oleh konsumen dengan terus menjalin hubungan baik dengan para konsumen dan tentunya tetap menjaga kualitas produk yang dihasilkan sehingga konsumen tidak berpindah ke produk lain. Untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen perusahaan tidak hanya tetap konsisten dalam hal kualitas produk yang dihasilkan akan tetapi perusahaan juga memberikan insentif bagi konsumen yang telah menjadi mitra dari UD. Setia Kawan. Salah satunya adalah dengan memberikan potongan harga kepada konsumen. Potongan tersebut bisa didapatkan ketika

pelanggan telah menjalin kerjasama dalam hal jual-beli komponen yang telah diproduksi oleh UD. Setia Kawan.

Perlakuan tersebut dilakukan tentunya semata-mata untuk menjaga hubungan baik dengan para konsumen. Kebijakan tersebut menurut perusahaan sendiri sangat mampu meningkatkan penjualan produk dari perusahaan. Sehingga kebijakan tersebut terus dipertahankan dari awal berdiri hingga sekarang ini. Oleh karena itu, pemilik dari perusahaan selalu berusaha sebaik mungkin dalam memberikan pelayanan bagi konsumennya. Karena salah satu tujuan dari perusahaan tersebut adalah menjadi perusahaan yang membuat produk komponen kapal yang berkualitas tinggi agar dapat memuaskan para konsumen dan menjadi perusahaan manufaktur pembuat komponen kapal berskala lokal maupun nasional.

#### 4.1.5 Tahap Perencanaan

Sebelum suatu produk dapat diproduksi dan dapat dipasarkan, terlebih dahulu melewati berbagai tahapan perencanaan produk. sehingga nantinya produk yang diproduksi tidak menemui kendala baik dalam proses maupun pemasaran produk tersebut. Berikut ini tahap perencanaan yang harus dilalui UD. Setia Kawan dalam memproduksi produk pintu kedap kapal:

##### 1. Tahap Pencarian Ide Produk

Tahap ini perusahaan dituntut untuk menggali berbagai ide produk yang dapat dijadikan pilihan dalam melakukan proses produksi suatu produk. Pencarian ide produk didasarkan pada kemampuan perusahaan baik dalam sisi finansial, sumber daya manusia, maupun kemampuan pasar

dalam menyerap produk. Pada kasus ini UD. Setia Kawan mempunyai dasar yang jelas mengenai pemilihan produk komponen kapal yang dijadikan sebagai salah satu ide produk yang mana produk tersebut akan dilanjutkan pada proses produksi. Dengan kemampuan finansial yang cukup dan sumber daya manusia yang memadai serta keberadaan perusahaan pada wilayah maritim yang memiliki tingkat penyerapan yang tinggi terhadap produk komponen kapal menjadikan perusahaan optimis terhadap keberlangsungan produk yang diproduksi.

## 2. Tahap Seleksi Produk

Setelah melewati tahap pencarian ide produk. Tahap selanjutnya yakni tahap seleksi produk sebagai tindak lanjut dari berbagai ide produk yang didapatkan. UD. Setia Kawan sendiri memiliki pengalaman sebagai bengkel komponen kapal. Keadaan ini yang dijadikan sebagai salah satu alasan adanya ide produk komponen kapal. Berbagai produk komponen kapal yang dapat dijadikan variasi produk yang dapat diproduksi. Salah satu produk yaitu pintu kedap kapal yang dijadikan bahan penelitian pada kasus ini. Kekuatan finansial yang memadai, sumber daya yang kompeten, kebutuhan pasar yang tinggi terhadap produk, dan kemampuan perusahaan dalam memperoleh bahan baku yang berkualitas, serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk pintu kedap kapak dengan fasilitas yang dimiliki perusahaan. Indikasi tersebut yang juga dijadikan dasar evaluasi perusahaan dalam mempertimbangkan hasil yang diperoleh apakah nantinya akan menguntungkan atau tidak.

### 3. Tahap *Desain* Awal

Ditahapan desain Produk ini UD. Setia Kawan mengacu pada tiga unsur utama yang dimiliki produk:

#### 1) Manfaat Produk

Pintu kedap kapal mempunyai berbagai manfaat diantaranya sebagai pelindung peralatan penunjang kapal seperti alat navigasi, alat komunikasi. Sehingga terhindar dari kerusakan akibat air maupun angin laut.

#### 2) Fungsi Produk

Produk pintu kedap kapal sendiri memiliki fungsi diantaranya sebagai salah satu komponen yang menunjang dalam operasional moda transportasi perkapalan.

#### 3) Kualitas Produk

Sebelum melalui proses produksi yang perlu diperhatikan adalah kualitas akan bahan baku yang didapatkan serta proses perencanaan produk yang baik yang ditopang dengan pekerja yang kompeten. Hal tersebut yang menjadikan produk tersebut mempunyai kualitas baik atau tidak. Semuanya selalu diperhatikan oleh UD. Setia Kawan sehingga kualitas produk tetap terjaga dan terstandar.

### 4. Tahap *Testing* Produk

Secara umum tahap *testing* biasanya dijadikan sebagai tahap yang paling penting ketika perusahaan akan memulai produksi produk secara masal.

Tahap ini digunakan agar nantinya produk yang dipasarkan bisa memiliki kualitas yang baik sehingga layak untuk diperjualbelikan dan dapat dipercaya oleh konsumennya. Di Indonesia sendiri terdapat beberapa sertifikasi mengenai produk baik itu sertifikasi Standar Nasional Indonesia (SNI) dari Kemenperin maupun sertifikasi yang lain dari berbagai badan yang mempunyai kapabilitas tersebut. Dalam industri pengecoran logam sendiri terdapat sertifikasi untuk produk. Salah satunya sertifikasi Tingkat Kandungan Dalam Negeri (TKDN) dari Kementerian Perindustrian. Syarat untuk mendapatkan sertifikasi tersebut selain perizinan untuk perusahaan terdapat syarat lain diantaranya terlebih dahulu telah melewati tahap testing produk. Dengan *testing* produk dapat diketahui kualitas bahan baku yang digunakan apakah terstandar atau tidak. Karena jika bahan baku yang digunakan telah terstandar dan proses produksi dikelola dengan baik maka produk yang dihasilkan akan mempunyai kualitas yang baik.

#### 5. Tahap *Desain* Akhir

Setelah melalui tahapan *testing* akan dapat disimpulkan mengenai kelebihan dan kekurangan produk. Sehingga dalam tahap ini produk disempurnakan agar sesuai standar dan nantinya dapat diterima oleh konsumen.

#### 6. Implementasi

Ditahap yang terakhir dimana produk sudah melewati berbagai tahapan yang harus dialalui selanjutnya proses implementasi. Proses

implementasi dalam hal ini adalah proses produksi. Produk yang sudah didesain dan ditesting akan diproduksi secara masal untuk memenuhi permintaan pasar.

#### 4.1.6 Proses Produksi UD. Setia Kawan

Proses produksi UD. Setia Kawan pada pembuatan pintu kedap terdiri dari dua bagian yaitu Bagian Produksi (*Production*), Bagian *Finishing* (*Coating dan Packing*). Proses tersebut dikerjakan selama 6 hari dalam seminggu yang mana jam operasinya mulai jam 08.00 pagi hingga jam 16.00 sore. Dalam satu bulan perusahaan rata-rata dapat memproduksi 30 unit pintu kedap dengan harga jual sebesar Rp.4.500.000,-/unit yang dapat digunakan untuk berbagai macam kapal laut baik Ferry, TugBoat, dan juga Kapal Perintis.

Dalam pembuatan produk pintu kedap dengan ukuran 1600x600 mm membutuhkan plat besi 2400x1200 mm atau 125 Kg plat besi. Perusahaan biasanya dalam sehari dapat mengerjakan 1 unit hingga 2 unit pintu kedap. Untuk membuat pintu kedap dibutuhkan 10 orang pekerja yang bersinggungan langsung dengan proses produksi dan sisanya 6 pekerja yang akan mengahndel proses *finishing*. Pekerja tersebut dibagi dalam beberapa tugas antara lain:

1. Perencanaan: Pekerja melakukan perencanaan dengan mendesain kemudian mengukur plat yang dibutuhkan dalam membuat pintu kedap.

2. Proses *Cutting*/ Pemotongan: Pekerja melakukan pemotongan lembaran plat besi sesuai dengan ukuran dalam membuat satu unit pintu kedap.
3. Proses *Bending*/Pembengkokkan: Dari plat besi yang sudah dipotong kemudian dilanjutkan kedalam proses tersebut supaya plat besi yang sudah dipotong bisa terbentuk.
4. Proses *Welding*/Pengelasan: Proses ini kelanjutan dari proses Bending dimana plat besi yang sudah dibentuk kemudian dirangkai dengan mengelas bagian plat.
5. Proses *Gerinding*/Perapihan: Plat besi yang sudah dilas kemudian digerinda agar permukaan yang telah dilas lebih halus dan lebih terlihat rapi.

Kemudian proses produksi yang lain adalah proses pembuatan kunci.

Pembuatan kunci sendiri terbagi menjadi empat proses yaitu:

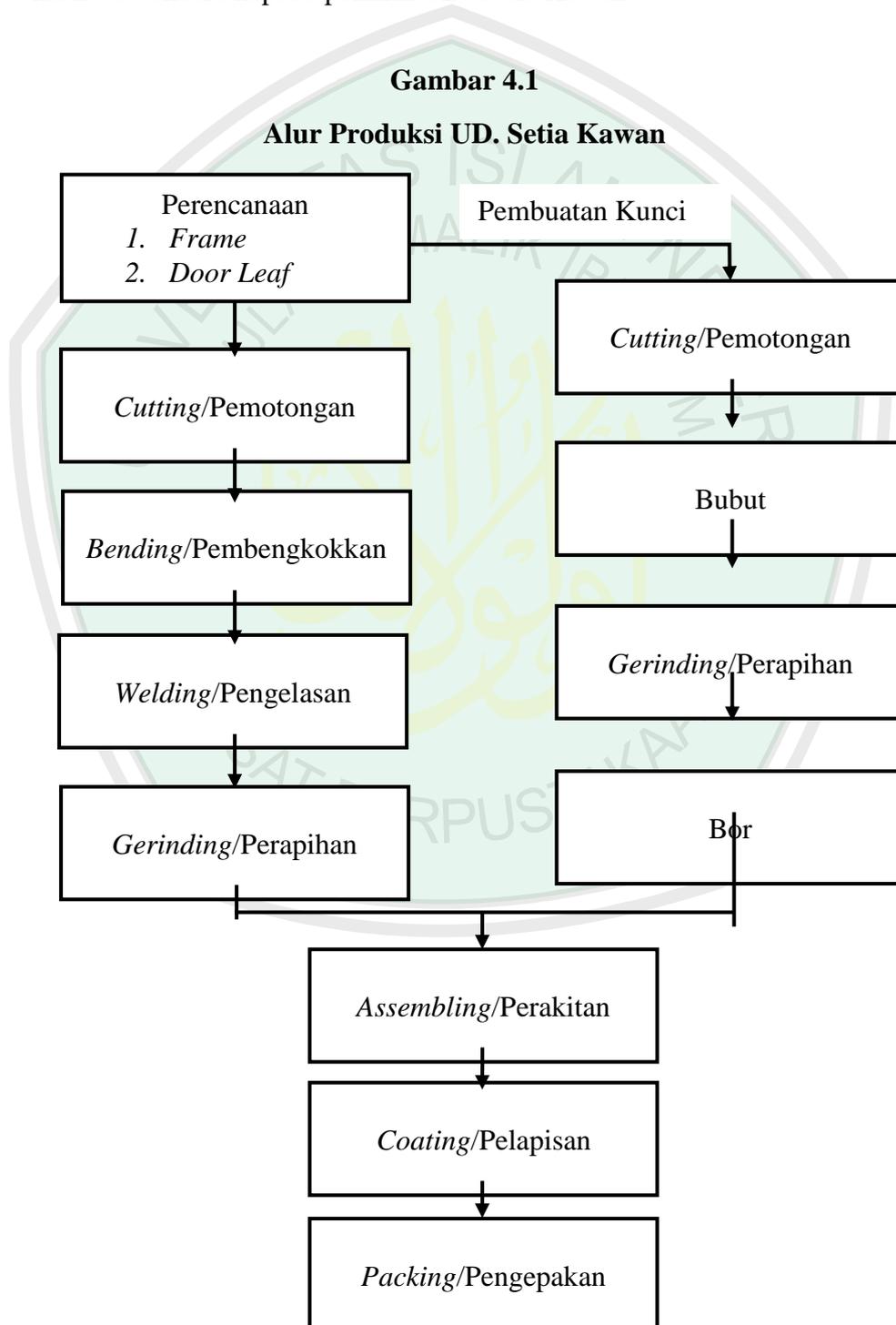
1. Proses *Cutting*/Pemotongan
2. Proses Bubut.
3. Proses *Gerinding*/Gerinda, dan
4. Proses Bor

Kemudian langkah selanjutnya setelah proses diatas juga terdapat proses *finishing* yang dikerjakan oleh 6 orang. Dalam proses *finishing* sendiri terbagi menjadi 3 proses yakni:

1. Proses *Assembling*/Perakitan:
2. Proses *Coating*/Pelapisan

### 3. Proses *Packing*/Pengepakan

Berikut ini alur produksi dalam pembuatan pintu kedap berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik UD. Setia Kawan:



Sumber: Wawancara (2016)

Kemudian untuk memberikan kontribusi kepada perusahaan peneliti dalam hal ini membuat sebuah alur proses produksi. Yang harapannya dijadikan sebagai salah satu pilihan bagi perusahaan apabila suatu saat perusahaan membutuhkan. Dalam alur produksi ini tidak bertujuan menganggap bahwa alur yang sekarang ada belum sempurna maupun tidak baik apabila diterapkan. Akan tetapi, alur yang dirancang tersebut berdasarkan analisis peneliti kepada UD. Setia Kawan yang bertujuan untuk melengkapi kekurangan ataupun bisa menyempurnakan alur produksi yang sudah ada.

Berikut ini alur produksi yang dirancang oleh peneliti yang bisa dijadikan acuan atau salah satu pilihan bagi UD. Setia Kawan:

1. Perencanaan Produk

Ditahap ini yang dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan riset pasar terlebih dahulu untuk mengetahui produk yang diinginkan oleh konsumen dan biaya yang dibutuhkan. Yang kemudian dilanjutkan dengan melakukan desain produk, menentukan kualitas produk, menentukan fungsi dan kelebihan produk, serta menentukan anggaran biaya dalam pembuatan produk.

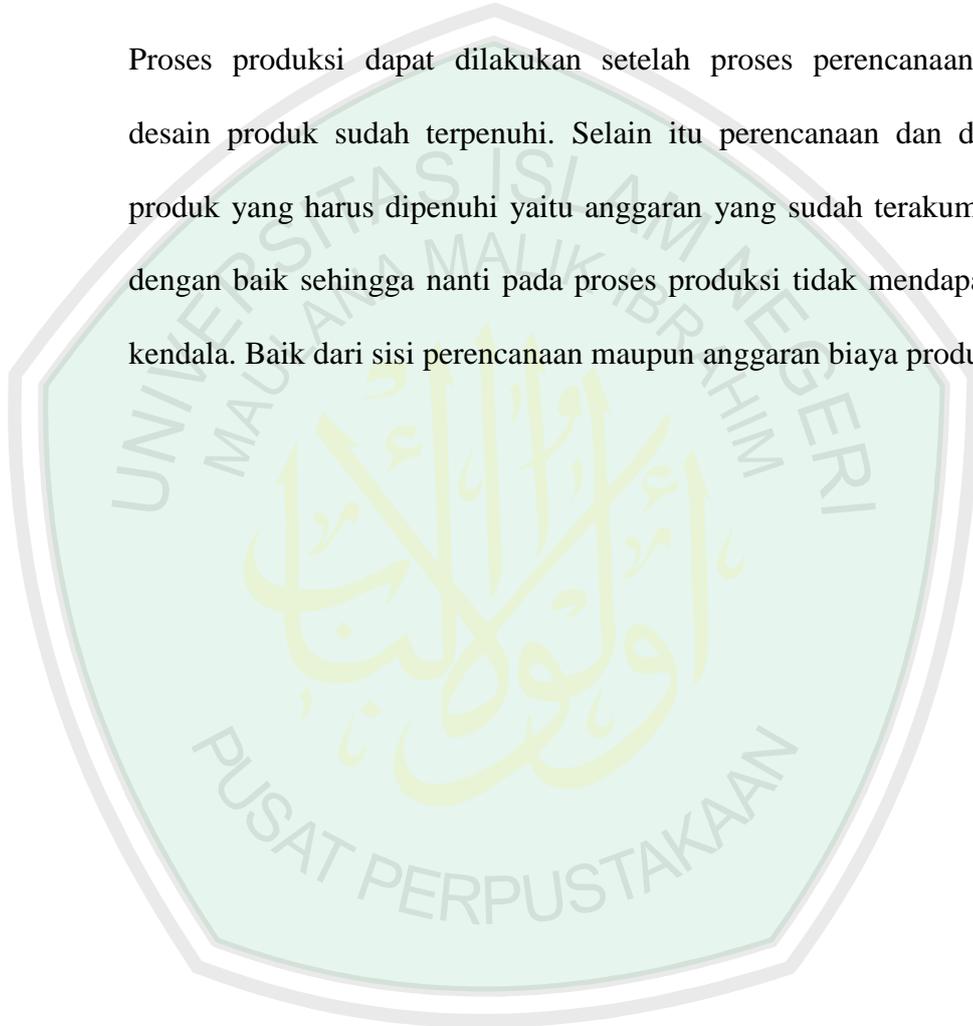
2. Proses Penganggaran

Tahap ini perusahaan melakukan proses penganggaran untuk biaya produksi. Perusahaan menganggarkan biaya produksi sesuai dengan perencanaan awal dari produk. tahap ini menjadi salah satu tahap yang menentukan kualitas produk. Meskipun besar maupun kecilnya biaya

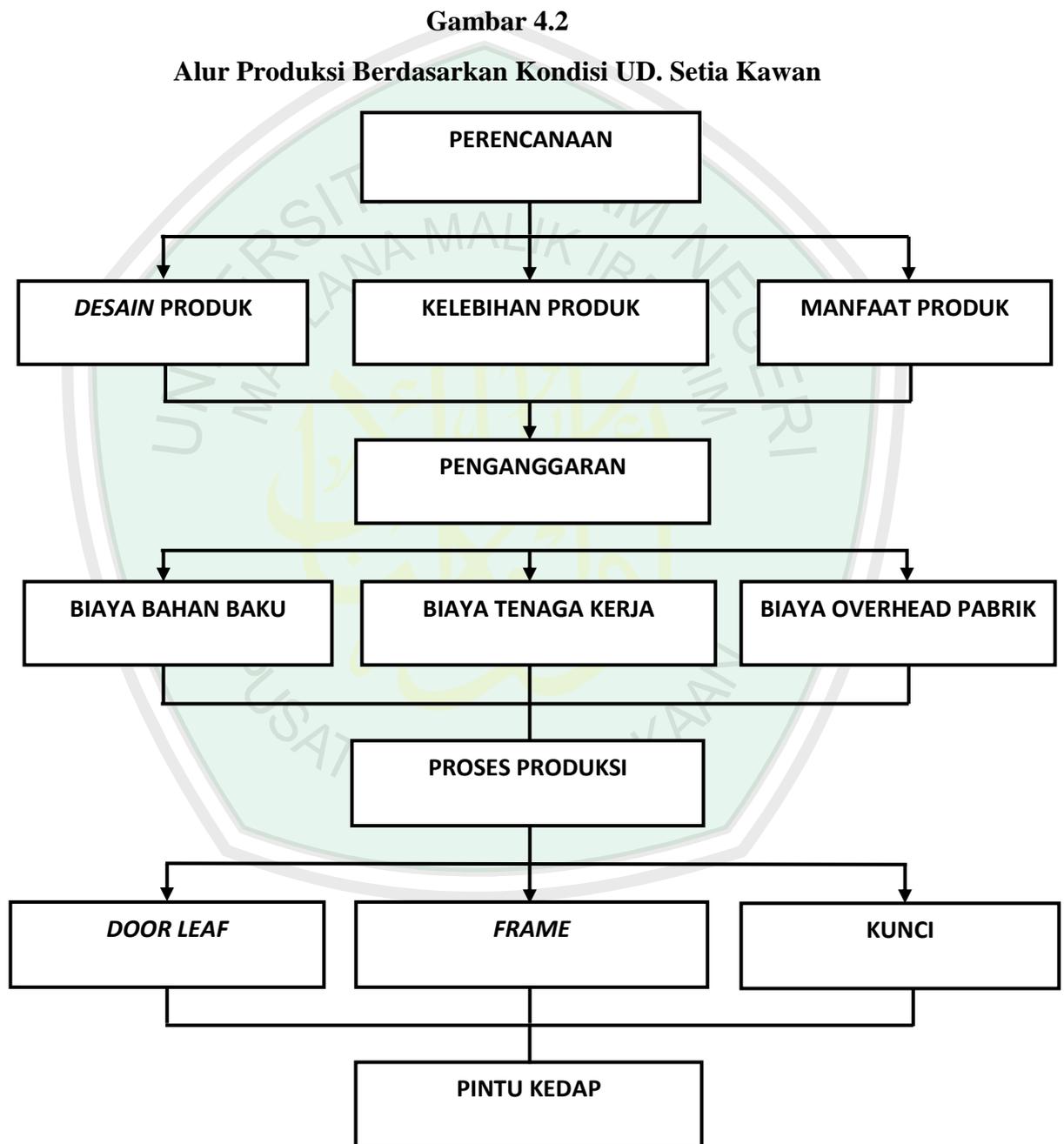
yang dianggarkan tidak serta merta menjamin kualitas akan produk yang diproduksi.

### 3. Proses Produksi Produk

Proses produksi dapat dilakukan setelah proses perencanaan dan desain produk sudah terpenuhi. Selain itu perencanaan dan desain produk yang harus dipenuhi yaitu anggaran yang sudah terakumulasi dengan baik sehingga nanti pada proses produksi tidak mendapatkan kendala. Baik dari sisi perencanaan maupun anggaran biaya produksi.



Berikut ini alur produksi berdasarkan perancangan dari peneliti yang dapat diterapkan pada UD. Setia Kawan:



#### 4.1.7 Anggaran Biaya Produksi Pintu Kedap

Dalam penelitian ini peneliti membutuhkan data-data yang berhubungan dengan anggaran biaya produksi dari UD. Setia Kawan. Anggaran biaya produksi tersebut terdiri atas:

##### 1. Anggaran Biaya Bahan Baku Langsung

Dalam pembuatan pintu kedap terdapat biaya bahan baku utama yaitu plat besi yang digunakan untuk membuat *frame* dan *leaf* pintu dan besi padat berpenduk *silinder* untuk membuat kunci pintu. Berikut ini rincian bahan baku yang digunakan dalam membuat satu unit pintu kedap dengan ukuran 1600x600 mm:

**Tabel 4.1**  
**Daftar Bahan Baku**

Jenis Besi	Ukuran	Harga
Plat Besi	6 mm	Rp. 9.000,-/Kg
Besi Padat	16 mm (12 m)	Rp. 162.000,-/ Batang

Sumber: Wawancara (2016)

Berikut ini perhitungan biaya bahan baku dalam pembuatan satu unit pintu kedap ukuran 1600x600 mm:

**Tabel 4.2**  
**Anggaran Biaya Bahan Baku**

Jenis Besi	Harga	Kebutuhan/unit	Total
Plat Besi (KS)	Rp. 9000,-/Kg	125 Kg	Rp.1.125.000,-
Besi Padat (KS)	Rp. 13.500,-/m	2,5 m	Rp.33.750,-

Sumber Wawancara (2016)

## 2. Anggaran Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja yang dibayarkan kepada karyawan oleh UD. Setia Kawan dilakukan setiap akhir bulan atau setiap bulan sekali bukan setiap ada pesanan. Adapun besaran upah yang diterima dalam satu bulan disesuaikan dengan standar upah yang berlaku. Perusahaan selalu mengutamakan kesejahteraan para pekerjanya salah satunya dengan memberikan upah sesuai dengan Upah Minimum Kota (UMK). Karena kesejahteraan pekerja sangat mempengaruhi kinerja pekerja tersebut. Berikut ini rincian upah pekerja dalam satu bulan pada UD. Setia Kawan:

**Tabel 4.3**  
**Anggaran Biaya Tenaga Kerja**

Gaji	Jumlah Pekerja	Total
Rp. 1.373.000,-	16 Pekerja	Rp.21.968.000

Sumber: Wawancara (2016)

Keterangan:

Biaya Tenaga Kerja yang dibebankan untuk setiap unit produk:

$$\begin{aligned} \text{Biaya Tenaga Kerja} &= \text{Total Biaya Tenaga Kerja} : \text{Total Unit} \\ &= \text{Rp.21.968.000} : 30 \text{ unit} \\ &= \text{Rp.732.000/unit} \end{aligned}$$

## 3. Anggaran Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* yang dikeluarkan UD. Setia Kawan adalah biaya atas produk yang tidak berkaitan langsung dengan proses produksi antara lain: biaya listrik, telepon, internet, biaya pengiriman dan lain-lain. Dalam periode satu bulan UD. Setia Kawan memproduksi 30 unit pintu kedap. Berikut ini rincian biaya overhead UD. Setia Kawan antara lain:

**Tabel 4.4**  
**Anggaran Biaya Overhead Pabrik**

Bahan	Harga	Kebutuhan /Unit
Karet Seal Sintetis	Rp. 50.000/meter	9 meter
Engsel Pintu	Rp. 72.000,-/buah	2 buah
Primer Coat	Rp. 146.000,-/Kg	2 Kg
Kawat Las	Rp. 26.500,-/pcs	2 pcs
Mata Gerinda	Rp. 15.000,-/pcs	2 pcs
Laher	Rp.33.000,-/pcs	1 pcs

Sumber: Wawancara (2016)

Keterangan:

1. Perusahaan menggunakan karet *Seal Neoprene* yang tahan terhadap korosi dan tujuannya agar pintu lebih rapat dan kedap terhadap air dan suara. Berikut ini rincian biaya yang dikeluarkan UD. Setia Kawan untuk karet seal:
  - a. Kebutuhan Karet Seal Sintetis:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per-Unit} &= \text{Harga satuan} \times \text{Kebutuhan /unit} \\
 &= \text{Rp. } 50.000/\text{meter} \times 9 \text{ meter} \\
 &= \text{Rp. } 450.000/\text{unit}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya untuk satu bulan} &= \text{Biaya per-Unit} \times \text{Total Produksi} \\
 &= \text{Rp.} 450.000 \times 30 \text{ unit} \\
 &= \text{Rp.} 13.500.000
 \end{aligned}$$

2. Bahan engsel perusahaan menggunakan engsel pintu kedap besi dengan tebal 9 mm agar dapat menahan berat pada daun pintu.

Berikut ini rincian biaya untuk pembelian engsel pintu:

- a. Kebutuhan engsel pintu kedap besi:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per-Unit} &= \text{Harga satuan} \times \text{Kebutuhan /unit} \\
 &= \text{Rp. } 72.000/\text{buah} \times 2 \text{ buah} \\
 &= \text{Rp. } 144.000/\text{unit}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya untuk satu bulan} &= \text{Biaya per-Unit} \times \text{Total Produksi} \\
 &= \text{Rp. } 144.000 \times 30 \text{ unit} \\
 &= \text{Rp. } 4.320.000
 \end{aligned}$$

3. Supaya memberi kekuatan pada plat besi sehingga tahan terhadap korosi air laut. UD. Setia Kawan menggunakan pelapis *primer coat*. *Primer coat* adalah emulsi aatau cat yang digunakan untuk melapisi besi sehingga tahan terhadap korosi air laut. Berikut ini rincian biaya *coating* pintu kedap kapal:

- a. Kebutuhan cat besi (Agatha Paint):

$$\text{Biaya per-Unit} = \text{Harga satuan} \times \text{Kebutuhan /unit}$$

$$= \text{Rp. } 146.000/\text{Kg} \times 2 \text{ Kg}$$

$$= \text{Rp. } 292.000/\text{unit}$$

$$\text{Biaya untuk satu bulan} = \text{Biaya per-Unit} \times \text{Total Produksi}$$

$$= \text{Rp. } 292.000 \times 30 \text{ unit}$$

$$= \text{Rp. } 8.760.000$$

4. Dalam proses *welding* (pengelasan) UD. Setia Kawan menggunakan kawat merek Nikko Steel dengan rincian biaya sebagai berikut:

- a. Kebutuhan Kawat las

$$\text{Biaya per-Unit} = \text{Harga satuan} \times \text{Kebutuhan /unit}$$

$$= \text{Rp. } 26.500/\text{pcs} \times 2 \text{ pcs}$$

$$= \text{Rp. } 53.000/\text{unit}$$

$$\text{Biaya untuk satu bulan} = \text{Biaya per-Unit} \times \text{Total Produksi}$$

$$= \text{Rp. } 53.000 \times 30 \text{ unit}$$

$$= \text{Rp. } 1.590.000$$

5. Proses berikutnya setelah dilakukan pengelasan (*welding*) proses berikutnya adalah proses gerinda yang bertujuan untuk merapihkan bekas las pada plat besi. Berikut ini biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam proses gerinda:

- a. Kebutuhan mata pisau gerinda

$$\text{Biaya per-Unit} = \text{Harga satuan} \times \text{Kebutuhan /unit}$$

$$= \text{Rp. } 15.000/\text{pcs} \times 2 \text{ pcs}$$

$$= \text{Rp. } 30.000/\text{unit}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya untuk satu bulan} &= \text{Biaya per-Unit} \times \text{Total Produksi} \\
 &= \text{Rp. } 30.000 \times 30 \text{ unit} \\
 &= \text{Rp. } 900.000
 \end{aligned}$$

6. Untuk membuat kunci dibutuhkan laher yang dimasukkan besi 16" sebagai tuas kunci. Berikut ini biaya yang dikeluarkan untuk membeli laher:

a. Kebutuhan Laher

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per-Unit} &= \text{Harga satuan} \times \text{Kebutuhan /unit} \\
 &= \text{Rp. } 33.000/\text{pcs} \times 1 \text{ pcs} \\
 &= \text{Rp. } 33.000/\text{unit}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya untuk satu bulan} &= \text{Biaya per-Unit} \times \text{Total Produksi} \\
 &= \text{Rp. } 33.000 \times 30 \text{ unit} \\
 &= \text{Rp. } 990.000
 \end{aligned}$$

Selain biaya *overhead* diatas, terdapat pula biaya *overhead* yang lain yaitu telepon dan listrik. Berikut ini rincian biaya listrik, telepon dan internet dalam periode satu bulan antara lain:

**Tabel 4.5**  
**Anggaran Biaya Listrik, Telepon, dan Internet**

Biaya	Biaya per-Bulan	Total Produksi per-Bulan
Listrik	Rp. 1.500.000,-	30 Unit
Telepon	Rp. 150.000,-	30 Unit
<i>Internet</i>	Rp. 90.000,-	30 Unit

Sumber: Wawancara (2016)

Keterangan:

1. Untuk biaya listrik perusahaan. UD. Setia Kawan dalam satu bulan mengeluarkan biaya listrik sebesar Rp. 1.500.000,-. Berikut ini perhitungan biaya listrik yang dibebankan untuk setiap unit pintu kedap yang diproduksi.

$$\begin{aligned} \text{a. Biaya listrik per-Unit} &= \frac{\text{Rp.1.500.000}}{30 \text{ Unit}} \\ &= \text{Rp.50.000/unit} \end{aligned}$$

Jadi perusahaan membebankan biaya listrik untuk setiap unit sebesar Rp.50.000/unit.

2. Untuk biaya telepon sendiri perusahaan setiap bulan mengeluarkan biaya total sebesar Rp. 150.000 yang akan dibebankan kepada setiap unit yang diproduksi. Berikut ini perhitungannya:

$$\begin{aligned} \text{a. Biaya telepon per-Unit} &= \frac{\text{Rp.150.000}}{30 \text{ Unit}} \\ &= \text{Rp.5000/unit} \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan membebankan biaya telepon untuk setiap unit sebesar Rp.5000/unit.

3. Kemudian perusahaan mengeluarkan biaya internet sebesar Rp.90.000 untuk satu bulan.

$$\begin{aligned} \text{a. Biaya internet per-Unit} &= \frac{\text{Rp.90.000}}{30 \text{ Unit}} \\ &= 3.000/\text{unit} \end{aligned}$$

Jadi biaya *internet* yang dibebankan untuk setiap unit sebesar Rp. 3.000/unit.

Kemudian selain biaya-biaya diatas juga terdapat biaya pengiriman. UD. Setia Kawan membagi besaran biaya pengiriman per-Unit menjadi dua, yaitu pulau jawa dan diluar pulau jawa. Untuk pulau jawa sendiri biaya pengiriman per-Unit sebesar Rp.225.000,- dan untuk luar jawa sebesar Rp.275.000,- untuk setiap unitnya. Berikut ini total biaya produksi berdasarkan perhitungan perusahaan:

**Tabel 4.6**

**Akumulasi Anggaran Biaya Produksi Berdasarkan Perhitungan Perusahaan**

Nama Biaya	Biaya Per-unit
Bahan Baku:	
1. Plat Besi	Rp.1.125.000
2. Besi Padat	Rp. 33.750
Biaya Tenaga Kerja:	Rp.732.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik:	
1. Karet <i>Seal</i>	Rp.450.000
2. Engsel Pintu	Rp.144.000
3. <i>Primer Coat</i>	Rp.292.000
4. Kawat Las	
5. Pisau Gerinda	Rp.53.000

6. Laher	Rp.30.000
7. Listrik	Rp.33.000
8. Telepon	Rp.50.000
9. <i>Internet</i>	Rp.5000
	Rp.3000
Biaya Pengiriman:	Rp.225.000
Total Biaya Produksi Per-unit	Rp.3.175.750

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Penerapan Metode *Target Costing*

Setelah dijelaskan teori mengenai *target costing* pada bab di atas kemudian dilanjutkan dengan penjabaran mengenai tahap perencanaan, penganggaran biaya produksi, dan proses produksi pada. Langkah selanjutnya yaitu penerapan metode *target costing*. Untuk penerapan metode *target costing* sendiri terdapat lima tahap yang digunakan dalam penelitian ini menurut Rudianto (2009:278-279). Tahap-tahap ini secara umum lebih mudah untuk dipahami dan dimengerti karena banyaknya yang menggunakan dibanding tahap-tahap penerapan target costing dari para ahli yang lain. Berikut ini tahap-tahap dalam penerapan metode target costing:

1. Menetapkan Harga Pasar.
2. Menentukan Laba yang Diharapkan
3. Menetapkan Target Biaya

4. Menggunakan rekayasa nilai untuk mengidentifikasi cara yang dapat digunakan untuk menurunkan biaya produk.
5. Menggunakan *Kaizen Costing* dan pengendalian operasional untuk terus menurunkan biaya.

Kemudian dari tahap-tahap diatas terdapat dua tahap yang sangat menentukan dalam meminimalkan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Akan tetapi, dalam metode *target costing* sendiri perusahaan tidak diharuskan menggunakan keduanya untuk mengendalikan biaya tersebut. Dalam hasil penelitian yang dilakukan peneliti, perusahaan belum dapat menerapkan tahap yang kelima yaitu *Kaizen Costing*. Karena masih minimnya struktur organisasi pada UD. Setia Kawan dan pengelolaan yang belum maksimal. Oleh karena itu, dalam proses penerapan metode *target costing* ini hanya terdapat empat tahapan yang dilalui dan tahap yang dilakukan untuk bisa mengendalikan biaya adalah tahap rekayasa nilai (*value engineering*). Berikut ini langkah-langkah penerapan metode *target costing* pada UD. Setia Kawan:

1. Menetapkan Harga Pasar

UD. Setia Kawan pada dasarnya memiliki banyak produk yang berhubungan dengan komponen kapal laut. Selain memproduksi pintu kedap kapal perusahaan juga memproduksi jendela kapan dan kemudi kapal. Akan tetapi, penelitian yang diangkat oleh penulis hanya berfokus pada produksi pintu kedap kapal yang dapat digunakan pada Kapal *Ferry*, Kapal Perintis, dan Kapal *TugBoat*. Alasan yang mendasari produk pintu kedap kapal

menjadi fokus dalam penelitian ini karena produk tersebut diproduksi secara simultan dan menjadi produk utama pada UD. Setia Kawan.

Produk pintu kedap kapal yang diproduksi oleh UD. Setia Kawan yaitu pintu kedap kapal yang berukuran 1600 x 600 mm dengan ketebalan plat 6 mm. Untuk harga produk sendiri UD. Setia Kawan mematok harga sebesar Rp. 4.500.000,-/ unit. Berdasarkan analisis pasar yang dilakukan peneliti harga tersebut merupakan harga yang standar karena tidak berbeda jauh dengan para kompetitornya. Berikut ini daftar harga jual produk pintu kedap kapal UD. Setia Kawan dan pesaingnya:

**Tabel 4.7**  
**Harga Produk UD. Setia Kawan dan Pesaing**

No.	Nama	Harga Produk
1.	UD. Mahir Jaya	Rp.4.550.000,-/unit
2.	UD. Rizky Saputra	Rp.4.400.000,-/unit
3.	CV. Lulu Putra Mandiri	Rp.4.800.000,-/unit
4.	UD. Setia Kawan	Rp.4.500.000,-/unit

Sumber: Wawancara (2016)

Dari hasil *survey* yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa industri pengecoran logam yang memiliki produk yang sama dan berada pada satu wilayah dengan UD. Setia Kawan. Harga produk yang ditetapkan oleh UD. Setia Kawan tidak jauh berbeda dengan para pesaingnya. Perbedaan harga para pesaing disebabkan adanya perbedaan dalam penentuan biaya

pengiriman. Kemudian untuk kemampuan pasar sendiri menginginkan harga yang terjangkau akan tetapi dengan catatan kualitas produk yang terjamin.

## 2. Target Laba

Target laba yang diharapkan UD. Setia Kawan dari penjualan pintu kedap adalah sebesar 25% dari harga jual tiap *unit*. Target tersebut didasarkan pada harga pesaing dan permintaan atas produk pintu kedap. Dari pengalaman perusahaan target laba tersebut terkadang perusahaan sulit untuk memperolehnya mengingat banyaknya perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama dan produk yang sama serta harga jual produk yang ditetapkan oleh para pesaing membuat perusahaan mau atau tidak mengikuti harga pasar yang berlaku.

## 3. Menghitung Target Biaya

Salah satu tujuan perhitungan dengan metode *target costing* adalah salah satunya biaya meminimalisir biaya sehingga laba yang didapatkan dapat diperoleh secara optimal. Sebagaimana menurut Blocher, Chen dan Lin (2000:20) *Target costing* menentukan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut akan memperoleh laba yang diharapkan. Dari penjelasan diatas dengan menggunakan metode target costing maka biaya yang seharusnya dipenuhi dapat dirumuskan dengan formula berikut ini:

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga Jual} - \text{Laba yang Diharapkan}$$

$$TC_i = P_i - M_i$$

Keterangan:

TC<sub>i</sub> = *Target Cost per-Unit* Produk (i)

P<sub>i</sub> = *Harga Jual per-Unit* Produk (i)

M<sub>i</sub> = *Laba per-Unit* Produk yang Diinginkan (i)

Kemudian perhitungan biaya target jika terapkan pada UD. Setia Kawan, maka:

$$\begin{aligned} \text{TC}_i &= \text{Rp } 4.500.000 - (25\% \times \text{Rp } 4.500.000) \\ &= \text{Rp } 4.500.000 - \text{Rp. } 1.125.000 \\ &= \text{Rp } 3.375.000 \end{aligned}$$

#### 4. Rekaya Nilai (*Value Engineering*)

Untuk dapat memenuhi laba yang diharapkan oleh UD. Setia Kawan penulis memberikan alternatif yang dapat diterapkan pada perusahaan tersebut. Yang tentunya alternatif tersebut masih dalam prinsip *target costing* itu sendiri yaitu *value engineering*. Dan diharapkan alternatif yang diberikan dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan. Salah satu alternatif yang bisa dilakukan oleh UD. Setia Kawan untuk memaksimalkan laba yang didapatkan adalah dengan mengefisienkan biaya yang dikeluarkan supaya harga jual yang ditetapkan dapat bersaing dengan produk lain.

Agar dapat mengefisienkan biaya yang dikeluarkan oleh usaha dagang tersebut. Berikut ini peneliti memberikan alternatif yang dapat dilakukan oleh UD. Setia Kawan :

1. Langkah pertama yang dilakukan adalah perusahaan mengganti bahan baku untuk pembuatan kunci yaitu besi bulat 16 mm KS seharga Rp.162.000/batang dengan besi bulat ukuran 16 mm SNI yang mempunyai kualitas hampir sama dengan besi KS harganya Rp.135.000/batang dengan panjang yang sama yaitu 12 meter. Dengan dirubahnya bahan baku besi tersebut maka terjadi perubahan terhadap biaya yang dikeluarkan perusahaan antara lain:

**Tabel 4.8**  
**Perubahan Anggaran Biaya Bahan Baku**

Jenis Besi	Harga	Kebutuhan/unit	Total
Plat Besi (KS)	Rp. 9000,-/Kg	125 Kg	Rp.1.125.000,-
Besi Padat (KS)	Rp. 11.250,-/m	2,5 m	Rp.28.125,-
Total Biaya Setelah Perubahan			Rp.1.153.125
Total Biaya Sebelum Perubahan			Rp,1.158.750

Dari hasil diatas jika perusahaan menggunakan alternatif yang diberikan oleh penulis maka terdapat perbedaan biaya yang akan dikeluarkan sebesar Rp.5.625,- .

2. Kemudian tahap selanjutnya adalah dengan mengganti karet *seal* sintetis neoprene dengan karet *seal* sintetis merk viton yang lebih murah dengan kualitas yang hampir sama dengan harga Rp.45.500/meter. Selain mengganti bahan baku karet seal untuk dapat meminimalkan biaya perusahaan dapat mengganti bahan untuk coating yaitu primer coat dengan merk nippon *marine coating* seharga Rp.120.000/Kg. Cat dengan merk nippon *marine coating* ini lebih murah dari cat yang biasa digunakan oleh perusahaan yaitu merk aghata *marine coating*. Meskipun lebih murah kekuatan atau ketahanan cat terhadap korosi air laut tetap dijamin. Karena memiliki kandungan yang sama dengan cat dengan merk aghata *marine coating*. Berikut ini rincian perubahan biaya yang dikeluarkan perusahaan apabila menggunakan alternatif tersebut:

**Tabel 4.9**  
**Perubahan Anggaran Biaya Overhead Pabrik**

Bahan	Harga Satuan	Kebutuhan/unit	Total Biaya
Karet <i>Seal</i>	Rp.45.500/meter	9 meter	Rp.409.500
<i>Primer Coat</i>	Rp.120.000/Kg	2 Kg	Rp.240.000
Total Biaya Setelah Perubahan			Rp.649.500
Total Biaya Sebelum Perubahan			Rp.742.000

Dengan melakukan alternatif perubahan pada bahan karet *seal*, dan bahan cat untuk *coating* perusahaan akan mendapatkan pengurangan biaya sebesar Rp.92.500 dari biaya yang dianggarkan semula oleh perusahaan. Kemudian setelah dilakukan perhitungan dengan metode *target costing* melalui empat tahap yang ada dapat diketahui besarnya biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk per-unitnya sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Perhitungan Biaya Produksi Per-unit Dengan Metode**  
***Target Costing***

Nama Biaya	Biaya Per-unit
Bahan Baku:	
1. Plat Besi	Rp.1.125.000
2. Besi Padat	Rp. 28.125
Biaya Tenaga Kerja:	Rp.732.000

**Tabel 4.10 (Lanjutan)**  
**Hasil Perhitungan Biaya Produksi Per-unit Dengan Metode**  
***Target Costing***

Biaya Overhead Pabrik:	
1. Karet <i>Seal</i>	Rp.409.500

2. Engsel Pintu	Rp.144.000
3. Primer Coat	Rp.240.000
4. Kawat Las	Rp.53.000
5. Pisau Gerinda	Rp.30.000
6. Laher	Rp.33.000
7. Listrik	Rp.50.000
8. Telepon	Rp.5000
9. Internet	Rp.3000
Biaya Pengiriman:	Rp.225.000
Total biaya produksi per-unit sebelum dilakukan perhitungan menggunakan metode <i>target costing</i> :	Rp.3.175.750
Total biaya produksi per-unit setelah dilakukan perhitungan menggunakan metode <i>target costing</i> :	Rp.3.077.625

Setelah dilakukan perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *target costing* terdapat selisih sebesar Rp.98.125/unit atau Rp.2.943.750/ 30 unit pintu kedap yang diproduksi setiap bulannya. jadi dengan menerapkan metode perhitungan *target costing* perusahaan dapat meminimalisir biaya produksi sebesar di atas.

3. Kemudian untuk selanjutnya biaya depresiasi. Biaya depresiasi sendiri dapat digunakan sebagai cadangan untuk perusahaan jika sewaktu saat terjadi kerusakan pada mesin produksi. Sehingga dengan adanya biaya tersebut perusahaan sudah mempunyai biaya cadangan untuk perawatan maupun perbaikan pada mesin produksi. Perusahaan sendiri sampai saat ini belum melakukan perhitungan depresiasi secara sistematis melainkan hanya berdasarkan perkiraan dari pemiliknya.

Berdasarkan situasi tersebut peneliti memberikan saran agar perusahaan melakukan perhitungan biaya depresiasi pada mesin produksi secara sistematis. Berikut ini rincian perhitungan depresiasi dengan metode garis lurus:

**Tabel 4.11**  
**Perhitungan Biaya Depresiasi Mesin**

Nama Aset	Harga Perolehan	Umur Manfaat
Mesin Bending Plat	Rp.125.000.000	5 Tahun
Mesin Bubut Kecil	Rp.35.000.000	4 Tahun
Mesin Cutting	Rp.15.000.000	5 Tahun

Berdasarkan rincian di atas berikut ini perhitungan biaya depresiasi untuk mesin produksi:

- a. Mesin Bending Plat

$$\begin{aligned} \text{Depresiasi Mesin Bending Plat} &= 20\% \times \text{Rp.125.000.000} \\ &= \text{Rp.25.000.000/tahun} \end{aligned}$$

Karena mesin tersebut digunakan setiap hari kerja maka apabila dianggarkan per-Hari jumlah depresiasi menjadi sebesar Rp.71.800,- per-Hari

b. Mesin Bubut Kecil

Depresiasi Mesin Bubut Kecil =  $25\% \times \text{Rp.}35.000.000$   
 = Rp.8.750.000/tahun

Karena mesin tersebut digunakan setiap hari kerja maka apabila dianggarkan per-Hari jumlah depresiasi menjadi sebesar Rp.25.000,- per-Hari

c. Mesin Cutting

Depresiasi Mesin Cutting =  $20\% \times \text{Rp.}15.000.000$   
 = Rp.3.000.000/tahun

Karena mesin tersebut digunakan setiap hari kerja maka apabila dianggarkan per-Hari jumlah depresiasi menjadi sebesar Rp.8.600,- per-Hari

#### 4.2.2 Hasil dari Penerapan Metode *Target Costing*

Hasil penelitian di atas dimana dengan penerapan sistem *target costing* pada biaya produksi UD. Setia Kawan dapat memberikan dampak yang positif dimana perusahaan terlebih dahulu menetapkan harga pasar. Karena fakta penting yang ada bahwa perusahaan tidak dapat mengendalikan harga

dan yang paling menentukan harga sendiri adalah pasar. Oleh karena itu, dalam menetapkan harga pasar usaha dagang tersebut melakukan analisa pasar atas produk yang mereka jual. Harapannya dengan melakukan analisa pasar perusahaan dapat mengetahui kebutuhan produk dipasaran dan persaingan harga dengan kompetitor.

Kemudian yang berbeda pada biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam proses produksi. Dengan menggunakan empat tahap yang ada pada metode *target costing* biaya produksi dapat lebih efisien dan biaya dapat ditargetkan sehingga dalam penentuan harga jual produk dapat lebih akurat. Salah satunya dengan adanya biaya target memberikan dampak yang baik terhadap perusahaan dimana dapat dijadikan sarana untuk merealisasikan laba yang ingin diperoleh perusahaan. Sehingga menjadi suatu alternatif yang bisa dilakukan perusahaan dalam langkah mengoptimalkan laba perusahaan. Sebagaimana dalam Kumalasari (2013) Biaya target per-unit adalah harga target dikurangi penghasilan operasi target per unit. Penghasilan operasi target per-unit adalah penghasilan operasi yang merupakan sasaran yang ingin diperoleh perusahaan per-unit produk atau jasa yang dijual. Biaya target per-unit adalah perkiraan biaya jangka panjang per unit atas sebuah produk atau jasa yang membuat perusahaan mampu mencapai penghasilan operasi target per-unit saat menjual pada harga target, sebuah penentuan harga berbasis pasar adalah penentuan harga target.

Selain adanya biaya target dengan menggunakan metode *target costing* perusahaan dapat meminimalkan biaya produksi seefisien mungkin. Selain

biaya target dengan adanya *value engineering* perusahaan dapat mendesain ulang produk dengan memperhitungkan lagi biaya-biaya yang masih dapat diminimalkan sehingga laba perusahaan dapat diperoleh secara maksimal. Sebagian besar kesempatan untuk melakukan pengurangan biaya adalah pada desain seperti menggunakan bahan yang mudah dicari dipasar, kemudian menggunakan komponen yang murah tetapi dengan syarat kualitas dapat diandalkan. Oleh karena itu, tahap *value engineering* dalam mendesain dan membuat produk senantiasa menjadi fokus dari perusahaan.

Sebelumnya perusahaan lebih condong menggunakan metode *traditional cost*. Dimana perusahaan hanya melihat biaya yang terjadi secara langsung tanpa melihat biaya lain seperti biaya *overhead* pabrik. Melalui metode *target costing* ini perusahaan dapat meminimalisir biaya produksi dan dapat mengoptimalkan laba yang didapatkan. Dengan *target costing* perusahaan dapat mengatur secara sistematis biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Sehingga harga jual yang ditetapkan dapat sesuai dengan keinginan pasar dan tentunya dapat bersaing dengan kompetitor lain. Selain itu dengan penerapan metode *target costing* perusahaan dapat memproduksi produk sesuai dengan keinginan konsumennya sehingga barang yang diproduksi dapat laku secara maksimal. Dan tentunya target perolehan laba sebesar 25% setiap produk dapat tercapai.

#### 4.2.3 *Benchmarking* UD. Setia Kawan

Ketika akan menjalankan suatu usaha, baik itu usaha jasa, dagang, maupun manufaktur. Perusahaan harus menentukan tolak ukur yang jelas agar

aktivitas yang akan dijalankan dalam perusahaan bisa sejalan dengan tujuan dari perusahaan. Tolak ukur disini digunakan sebagai suatu acuan dasar sebagai keunggulan yang dapat ditunjukkan oleh perusahaan. Tolak ukur ini mengarahkan perusahaan kedalam bentuk persaingan yang kompetitif baik dalam produk yang dibuat, maupun pelayanan terhadap para konsumennya. Menurut Kearns (CEO Xerox) dalam Ricky (2013) mengemukakan bahwa benchmarking adalah suatu proses pengukuran terus-menerus atas produk, jasa dan tata cara kita terhadap pesaing kita yang terkuat atau badan usaha lain yang dikenal sebagai yang terbaik.

Spensley dan Heller (2001) seorang ahli benchmarking, penulis buku, "*Riding the Revolution*" menyebutkan ada lima tingkat *benchmarking*:

1. *Strategic benchmarking*: dimanfaatkan untuk mendorong perbaikan yang terus menerus (*continuous improvement*) dan mempertajam strategi korporat secara keseluruhan.
2. *Competitive benchmarking*: Dimanfaatkan untuk menyamai dan melampaui pesaing utama yang langsung.
3. *Customer benchmarking*: Pemahaman para konsumen dan pelanggan terhadap perusahaan dibandingkan dengan perusahaan sejenis.
4. *Financial benchmarking*: Dipakai untuk mengukur kembalinya investasi (*return on investment*) dibandingkan dengan perusahaan sejenis.
5. *Best practice benchmarking*: Untuk mengukur *output* dengan waktu dan biaya dibandingkan dengan perusahaan sejenis.

Keunggulan dalam suatu persaingan menjadi poin penting bagi yang mempunyai keunggulan tersebut. Dengan keunggulan perusahaan dapat menjadi panutan bagi perusahaan lain yang menjadi pesaingnya. Pada penelitian ini UD. Setia Kawan mempunyai keunggulan mempunyai sertifikasi dalam hal produk pintu kedap yang mana bisa dijadikan kunci bagi perusahaan dalam meredam ketatnya persaingan yang dihadapi. UD. Setia Kawan memiliki keunggulan dalam hal produk, dimana perusahaan mempunyai sertifikasi resmi dari Kementerian Perindustrian. Sertifikasi ini menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan perusahaan tersebut sudah terstandar. Karena mutu produk yang baik bisa menjadi nilai lebih bagi perusahaan dan menjadi acuan bagi konsumen dalam memilih produk.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan perhitungan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan oleh penulis dengan menggunakan *target costing* dalam perhitungan biaya produksi. Hasilnya perhitungan tersebut mendapatkan hasil yang positif dimana dengan menggunakan *target costing* perusahaan dapat menghemat biaya produksi yang dikeluarkan dalam proses produksi. Hal ini menunjukkan bahwa *target costing* dapat diterapkan pada UD. Setia Kawan sebagai dasar penetapan biaya produksi. Dari hasil yang didapatkan dengan melalui tahap *value engineering* (rekayasa nilai) dapat meminimalkan biaya bahan baku dan biaya overhead pabrik yang dianggap masih dapat diminimalkan. Pada tahap *value engineering* perusahaan dapat mengganti bahan baku besi padat yang semula perusahaan menggunakan besi produksi Krakatau steel dengan harga Rp.162.000/Btg diganti dengan besi padat dari merk lain seharga Rp.135.000/Btg yang tentunya berstandar (SNI) sehingga tidak mengurangi kualitas dari produk pintu kedap itu sendiri. Kemudian selain mengganti bahan baku besi padat yang digunakan dalam pembuatan kunci pintu, perusahaan dapat mengganti karet *seal* Rp.45.500 dari harga bahan semula yang digunakan

perusahaan yaitu sebesar Rp.50.000/m dan bahan cat untuk proses *coating* dari bahan semula yaitu merk *aghata marine coating* seharga Rp.146.000 diganti dengan merk *nippon marine coating* seharga Rp.120.000/Kg . Dimana dengan mengganti bahan tersebut perusahaan dapat menghemat biaya produksi sebesar Rp.92.500 untuk setiap unitnya.

2. Berdasarkan hasil yang sudah diperoleh dari perhitungan dengan metode *target costing* untuk menentukan biaya produksi. Dari gambaran hasil tersebut dapat menjadi acuan dalam penerapan *target costing* pada UD. Setia Kawan. Dimana *target costing* dapat digunakan perusahaan dalam meminimalkan biaya produksi sehingga laba yang diperoleh perusahaan dapat sesuai dengan yang dikehendaki. Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat positif terhadap perusahaan, dalam bentuk ilmu pengetahuan mengenai metode *target costing* yang dapat diterapkan pada perusahaan. Selain itu dengan adanya penelitian ini dapat memberikan tuntunan atau gambaran secara jelas mengenai langkah-langkah yang dilakukan apabila perusahaan menerapkan metode *target costing* dalam penentuan biaya produksi yang mana bertujuan agar dapat meminimalkan biaya produksi dan dapat memaksimalkan laba yang diperoleh perusahaan.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa UD. Setia Kawan memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh para pesaingnya. Keunggulan tersebut yaitu adanya sertifikasi produk pintu kedap dari Kementerian Perindustrian. Sertifikasi ini bisa dijadikan modal bagi perusahaan dalam menghadapi

persaingan pasar yang ketat. Perusahaan juga bisa dijadikan panutan bagi perusahaan lain baik dalam hal kualitas produk maupun pelayanan serta pengelolaan perusahaan. Agara menjadikan perusahaan sebagai leader bagi industri pengecoran logam yang ada di Kabupaten Tegal.

## 5.2 Saran

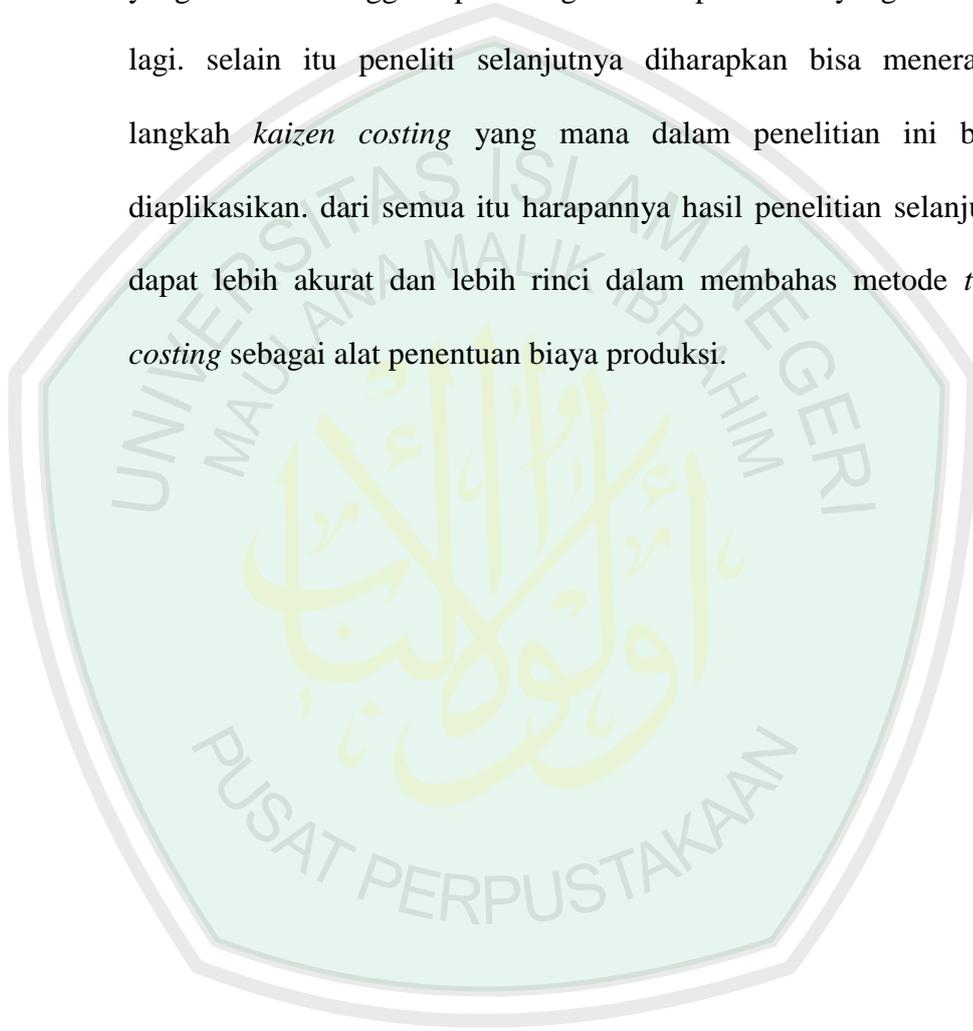
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran dari penulis untuk UD. Setia Kawan yang dapat dilakukan agar dapat meminimalkan biaya produksi dan mamaksimalkan laba yang didapatkan perusahaan antara lain:

### 1. Bagi Perusahaan

- 1) Sebagaimana hasil yang didapatkan dalam penelitian ini. perusahaan dapat mencoba menerapkan *target costing* dalam perhitungan biaya produksinya.
- 2) Perusahaan dapat mengganti bahan baku untuk pembuatan kunci pintu yang digunakan dalam proses produksi sebagai tindak lanjut dalam meminimalkan biaya produksi. Perusahaan juga dapat mengganti bahan lain selain bahan utama diantaranya dapat mengganti bahan pembantu yaitu karet *seal* dan bahan cat untuk proses *coating*.
- 3) Selain itu, perusahaan diharapkan tetap menjaga kualitas atas produk pintu kedap kapal. Sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai dan aktivitas perusahaan dapat berjalan secara simultan atau berkesinambungan.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- 1) Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak variabel yang diteliti sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi. selain itu peneliti selanjutnya diharapkan bisa menerapkan langkah *kaizen costing* yang mana dalam penelitian ini belum diaplikasikan. dari semua itu harapannya hasil penelitian selanjutnya dapat lebih akurat dan lebih rinci dalam membahas metode *target costing* sebagai alat penentuan biaya produksi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anugerah, Eka Citra. 2010. *Penerapan Target Costing Pada Perusahaan Konveksi Yuan F Collection*. Yogyakarta: Skripsi Universitas Atma Jaya
- Belkoui, Ahmed Riahi. 2007. *Accounting Theory*, Jilid 1. Diterjemahkan Oleh Mawarta. Jakarta: Salemba Empat
- Blocher, Chen, Cokins, dan Lin. 2000. *Manajemen Biaya (Cost Manajement)*. Buku I. Jakarta: Salemba Empat
- Carter, William K. (2009). *Akuntansi Biaya*, Edisi 14. Buku II. Jakarta: Salemba Empat.
- Garrison, Ray H. dan Noreen Eric W. 2001. *Akuntansi Manajerial*, Buku Dua, Diterjemahkan oleh A. Totok Budisantoso. Jakarta: Salemba Empat
- Gerungan, Henri Paulus. 2013. *Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada PT. Tropica Cocoprima*. Universitas Sam Ratulangi Manado: Jurnal Emba
- Hansen, Don R., Maryane M Mowen. 2009. *Akuntansi Manajerial*, Edisi Delapa. Diterjemahkan Oleh Dany Amos Kwary. Jakarta: Salemba Empat
- Hariadi, Bambang. 2013. *Penerapan Target Costing Dalam Penentuan Tarif Kamar Untuk Mengoptimalkan Perencanaan Laba Pada UB Hotel*
- Harianto, M. Udin. 2014. *Analisis Penerapan Target Costing Dalam Penetapan Harga Jual Untuk Mengoptimalkan Laba Perusahaan Pada UD. Al Amin*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- Harnanto dan Zulkifli. 2003. *Manajemen Biaya*. Yogyakarta: AMP YKPN
- Himawan dan Pendajaya. 2005. *Penerapan Metode Target Costing sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Mengoptimalkan Perencanaan Laba (Studi Kasus PT XYZ)*. ESENSI, Volume 8 No. 2/2005
- Hongren, Charles T., Datar, Srikant M., dan Foster, George. (2006). *Akuntansi Biaya : Dengan Penekanan Manajerial*, Edisi 12. Diterjemahkan oleh : Lestari, P.A., S.E. Jakarta: Erlangga
- Iskandar, Febriyanto Ari. 2013. *Analisis Penerapan Metode Target Costing Dalam Peningkatan Laba Produk Pada Industri Makanan Ringan Katrina Eggroll*. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana
- Kieso, Donald E., Weygant, Jerry J, and Warfield., Terry D. 2008. *Intermediate Accounting, Volume I*. Terjemahan Emil Salim, Jilid I. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga
- Kumalasari, Henditia W. 2015. *Penerapan Sistem Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Usaha Pada UD. Tiga Putra*. Surabaya: Skripsi UIN Sunan Ampel.
- Malue, Jurgan. 2013. *Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada PT. Cilebes Mina Pratama*. Universitas Sam Ratulangi Manado: Jurnal EMBA
- Mulyadi. 2003. *Activity Based Cost System: Sistem Informasi Biaya Untuk Pengurang Biaya*. Edisi 6. Yogyakarta: UPP YKPN
- Mulyadi. 2010. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Mursyidi. 2008. *Akuntansi Biaya (Conventional Costing, Just In Time, dan Activity Based Costing)*. Bandung: Refika Aditama
- Witjaksono, Armanto. 2006. *Akuntansi Biaya*. Edisi Pertama. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Raiborn, Cecily A., dan Kinney, Michael R. 2011. *Akuntansi Biaya Dasar dan Perkembangan*, Edisi Ketujuh, Jilid Satu. Jakarta: Salemba Empat
- Ricky. (04 April 2013). "Benchmarking". Diperoleh pada tanggal 23 Maret 2016 pada <https://sp1r1tgr4zy.wordpress.com/2013/04/04/benchmarking/>
- Rudianto. 2009. *Penganggaran*. Jakarta: Erlangga
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen, Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga
- Shim, Eunsup dan Epraim F. Sudit. 1995. "*How Manufacture Price Product Management Accounting*".
- Soemarso, S.R. 2009. *Akuntansi Suatu Pengantar*, Edisi Kelima. Jakarta: Salemba Empat
- Spemley, Paul dan Robert Heller. 2001. "Riding the Revolution". USA: Harper-Collins Publisher. Diperoleh pada tanggal 23 Maret 2016 dari <http://economy.okezone.com/read/2011/11/18/23/531053/strategi-benchmarking>
- Supriyono, R. 2011. *Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian Biaya, Serta Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: BPFE
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

Syafri Harahap, Sofyan, 2008. *Analisa Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Andi. Yogyakarta

<http://tegalkab.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/175>

(diakses tanggal 16 Desember 2015)

<http://bisnis.tempo.co/read/news/2012/06/03/090407983/industri-logam-tegal-gandeng-perusahaan-jepang>

(diakses tanggal 16 Desember 2015)

<http://kpm.tegalkab.go.id/potensi-kabupaten-tegal/>

(diakses tanggal 16 Desember 2015)



## TEKNIS WAWANCARA

### 1. Apa Visi dan Misi Perusahaan?

Visi : Mengembangkan Industri Komponen Kapal berskala nasional.

Misi : - Memperluas jangkauan pemasaran produk  
- Meningkatkan kualitas produk  
- Membenteng pelayaran terhadap produk belangan.

### 2. Kemana saja Produk Pintu Kedap Kapal dipasarkan?

Pintu kedap kapal dapat digunakan pada kapal jenis Ferry, Tug Boat dan Penitris. Kemudian untuk pemasarannya pintu kedap sudah merambah hampir keseluruh wilayah Indonesia yaitu Jawa, Bali, Sumatera dan Kalimantan. Untuk Jawa antara lain Cirebon, Jakarta, Surabaya, Tegay dan untuk Bali dan Sumatera yakni Denpasar, Medan, Lampung, kemudian untuk Kalimantan yakni Balikpapan dan Samarinda.

### 3. Bagaimana proses produksi dalam membuat produk pintu kedap kapal?

Untuk proses pembuatan pintu kedap sendiri melalui dua tahapan atau bagian. Yang pertama tahap pembuatan frame dan leaf serta kuni yang kemudian di assembling. Kemudian tahap yang kedua yaitu finishing yang didalamnya terdapat proses coating dan kating.

### 4. Berapakah keuntungan yang diambil perusahaan untuk setiap produknya?

Untuk keuntungan sendiri perusahaan menargetkan sebesar 20% dan setiap penjualan satu unit Pintu kedap Kapal. Target tersebut didasarkan atas faktor permintaan pasar dan juga harga yang ditawarkan para pembeli.

5. Dalam memproduksi pintu kedap kapal, apa saja bahan baku yang dibutuhkan?

Dalam memproduksi satu unit pintu kedap dengan ukuran 1600 x 600 mm terdapat beberapa bahan baku yang dibutuhkan diantaranya :

- Plat besi 125 kg
- Besi batangan 1 2,5 meter
- Karet seal 9 meter
- Engsel pintu 2 buah
- Cat untuk coating 2 kg dan bahan pembantu lain.

6. Berapakah biaya listrik dan telepon yang dikeluarkan perusahaan untuk setiap bulannya?

Untuk biaya listrik perusahaan setiap bulannya membayar sebesar Rp. 1.500.000 itu digunakan untuk semua aktivitas produksi. Biaya lain yakni telepon dan internet yang masing-masing sebesar Rp. 150.000 dan Rp. 30.000.

7. Berapakah biaya pengiriman yang dibebankan perusahaan untuk setiap produk?

Biaya pengiriman sendiri perusahaan memisalkan menjadi dua harga atau biaya yang ditanggung oleh pembeli. Yaitu: harga untuk pengiriman wilayah Jawa dan Bali kemudian pengiriman untuk wilayah luar Jawa yang masing-masing sebesar Rp 225.000 dan Rp 275.000.

8. Berapakah jumlah karyawan yang dimiliki oleh perusahaan? Dan apakah terdapat penggolongan untuk karyawan?

Perusahaan memiliki 16 karyawan yang semuanya bekerja pada bagian produksi. Karyawan dalam satu minggu masuk selama 6 hari kerja yang dibayar sebesar Rp. 1375.000 untuk setiap karyawan yang dibayarkan setiap akhir bulan.

**9. Bagaimana sistem penggajian karyawan?**

Sistem penggajian perusahaan adalah per bulan yang mana setiap minggunya karyawan bekerja selama 6 hari dan libur setiap hari minggu maupun hari besar keagamaan. Tidak ada shift dalam bekerja. Karyawan bekerja mulai jam 8 pagi hingga jam 4 sore.

**10. Berapa produk yang dihasilkan perusahaan dalam satu bulan?**

Perusahaan menargetkan 30 unit produk yang dapat dihasilkan untuk setiap bulannya.

**11. Apakah perusahaan mengalami kesulitan dalam mendapatkan bahan baku produksi?**

Untuk bahan baku produksi perusahaan tidak mengalami kesulitan yang berat. Namun terkadang bahan baku maupun harga terhambat karena kondisi alam baik banjir ataupun lainnya yang menyebabkan bahan baku dapat naik sewaktu-waktu.

**12. Apakah perusahaan mengalami kesulitan dalam memasarkan produk?**

Untuk kesulitan pasti ada akan tetapi perusahaan mempunyai prinsip apabila produk yang ditawarkan mempunyai kualitas dan harga yang baik serta bisa langsung konsumen akan menerima dengan senangnya.

**13. Apa yang anda harapkan dalam penelitian ini?**

Harapan dengan adanya penelitian ini ada dampak positif yang dapat diterima oleh perusahaan. Dengan adanya penelitian ini perusahaan ikut terbantu karena perusahaan dapat mengeraluani kekurangan yang ada pada perusahaan.

**Tegal, 22 Januari 2016**



### Lampiran 3. Biodata Peneliti

## PERNYATAAN TELAH BIODATA PENELITI DIWAWANCARAI

Saya yang telah bertanda  
Nama Lengkap : Moh. Faqih Addinulhaq tangan dibawah ini menyatakan  
Tempat, tanggal lahir : Tegal, 12 Desember 1995 telah bersedia menjadi  
Alamat Asal : Jl. Masjid Darussalam No. 1 Tegal informan penelitian yang dilakukan oleh  
Alamat Kos : Jl. Mertojoyo Selatan Blok C 10 No. 1 Malang  
Telepon : 085742040433  
Mahasiswa Program Studi Akuntansi  
E-mail : Faqihaddinulhaq@gmail.com Fakultas Ekonomi Universitas Islam  
Facebook : Faqih Addinulhaq Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim  
Twitter Malang yang : Faqih Addinulhaq, bernama Moh. Faqih Addinulhaq, dengan  
judul **“Target Costing Sebagai Alat Meminimalisir Biaya Produksi Pada UD. Setia Kawan Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan”**.

Saya mengerti bahwa penelitian ini tidak menimbulkan dampak negatif dan data mengenai diri saya dalam penelitian ini akan dijaga kerahasiannya oleh peneliti. Semua berkas yang mencantumkan identitas saya hanya akan digunakan dalam keperluan pengolahan data dan bila sudah tidak digunakan akan dimusnahkan. Hanya peneliti yang dapat mengetahui kerahasiaan data-data penelitian.

Demikian secara suka rela dan ada unsur paksaan dari siapapun saya bersedia berperan serta dalam penelitian



tidak  
ini.

Tegal, 22 Januari 2016



**Pendidikan Formal**

- 1999-2001 : TK Pertiwi 01 Kesadikan
- 2001-2009 : SD Negeri 02 Kesadikan
- 2006-2009 : MTs. Al Kamal Tegal
- 2009-2012 : SMA Negeri 1 Kramat Tegal
- 2012-2016 : Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

**Pendidikan Non Formal**

- 2009 : Sekolah Sepakbola (SSB) Kemantran FC
- 2011 : Level Kuanta English School
- 2012-2013 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- 2013 : Quantum Learning Center Jakarta
- 2013 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

**Pengalaman Organisasi**

2014 : Anggota Ikatan Mahasiswa Akuntansi Indonesia (IMAI)

**Lampiran 4. Bukti Konsultasi**

2015 : CO Humas Ikatan Mahasiswa Akuntansi Indonesia (IMAI) Simpul Jawa Timur

**BUKTI KONUSLTASI**

**Aktivitas dan Pelatihan**

- Pelatihan Zahir Accounting Software di Fakultas Ekonomi UIN Malang Tahun 2014
- Pelatihan Myob di Fakultas Ekonomi UIN Malang Tahun 2015
- Pelatihan Penulisan Karya Ilmiah di UIN Malang Tahun 2012
- Pelatihan Pajak (Pengisian SPT Tahunan) di Fakultas Ekonomi UIN Malang 2015
- Seminar Entreprenur Costing Sebagai Sarana Minimalisir Biaya Produksi Pada Usaha Kecil dan Sederhana Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan
- Seminar Broadcasting di Universitas Negeri Malang Tahun 2015

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Panda Tangan Pembimbing
1.	6 Oktober 2015	Pengajuan <i>Outline</i>	Malang, 18 Maret 2016
2.	29 Oktober 2015	Proposal	2.
3.	13 November 2015	Revisi & Acc Proposal	3.
4.	10 Desember 2015	Seminar Proposal	Moh. Faqih Addinulhaq 4.
5.	24 Desember 2015	Acc Proposal	5.
6.	27 Januari 2015	Skripsi Bab I-V	6.
7.	20 Maret 2016	Revisi & Acc	7.
8.	24 Maret 2016	Acc Keseluruhan	8.

Malang, 18 Maret 2016

Mengetahui:  
Ketua Jurusan Akuntansi



Namik Wahyuni, SE.,M.Si.,Ak,CA  
NIP.19720322 200801 2 005

Lampiran 5. Formulir Riwayat Pergantian Judul

FORMULIR RIWAYAT PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI

JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

Nama Mahasiswa : MOH. FAQIH ADDDINULHAQ

NIM : 12520103

Judul Proposal Semula	Hasil Diskusi dengan Dosen Pembimbing	Hasil Seminar Proposal
Analisis Perhitungan Biaya Pokok Produksi Sebagai Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Activity Based Costing Pada UKM Gizi Food Kota Batu	Target Costing Sebagai Alat Meminimalisir Biaya Produksi Pada UD. Setia Kawan Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan	Target Costing Sebagai Alat Meminimalisir Biaya Produksi Pada UD. Setia Kawan Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan

Malang, 04 Desember 2015

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing/ Dosen Penguji



Zuraidah, S.P., MSA

NIP 19720322 200801 2 005



