



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

Skripsi

**PENERAPAN KONSEP *TARGET COSTING* DALAM
MELAKUKAN PENGENDALIAN BIAYA PRODUKSI
(Studi Kasus Pada PT. Nusantara Beta Farma Padang – Indonesia)**

Oleh:

BILLY ZENFI

04153113

Mahasiswa Program S1 Jurusan Akuntansi

*Uptuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG
2009**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang (1) bagaimana sistem pengendalian biaya yang dilakukan oleh PT. Nusantara Beta Farma Padang – Indonesia selama ini, (2) bagaimana kemungkinan penerapan konsep *target costing* dalam mengendalikan biaya produksi pada PT. Nusantara Beta Farma Padang – Indonesia. Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yaitu PT. Nusantara Beta Farma Padang - Indonesia pada tahun 2007. Dari total lebih kurang 37 jenis produk obat jadi yang dihasilkan, hanya mengambil salah satu jenis produk obat jadi yaitu Salisilk Talk Wangi 45gr (kuning). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif komparatif. Hasil penelitian ini dapat diperoleh bahwa selama ini PT. Nusantara Beta Farma Padang – Indonesia menggunakan konsep *standard costing* dalam melakukan pengendalian biaya produksi dan dapat diterapkannya konsep *target costing* pada PT. Nusantara Beta Farma Padang – Indonesia, dengan demikian perusahaan sudah melakukan pengendalian biaya produksi pada perencanaan produk sekaligus menentukan jumlah laba yang diinginkan yaitu sebesar 15%.

Keywords: Target Costing, Pengendalian Biaya.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam persaingan yang sangat ketat, perusahaan harus mampu menghasilkan kualitas produk yang baik dengan biaya serendah mungkin agar dapat memperoleh harga yang kompetitif sehingga dapat bertahan dipasaran. Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus menetapkan harga yang akan dikenakan pada produk dan biaya yang diharapkan pada produk tersebut. Harga dan biaya dipengaruhi oleh tindakan manajemen perusahaan dan kondisi pasar. Nilai dari harga dan biaya yang paling efektif yang digunakan oleh perusahaan dalam menetapkan harga dan biaya sehingga tercapai tujuan manajemen perusahaan yaitu peningkatan laba perusahaan. Sedangkan nilai dari harga dan biaya yang dipengaruhi oleh kondisi pasar tidak dapat diperoleh oleh manajemen perusahaan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan memfokuskan untuk mendapatkan biaya yang rendah namun dapat memenuhi keinginan konsumen baik dari segi harga, desain, fungsi, dan juga kualitas dari produk tersebut.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk pengurangan biaya adalah menggunakan *target costing*. *Target costing* adalah perbedaan antara harga jual produk atau jasa yang diperlukan untuk mencapai pangsa pasar (*market share*) tertentu dengan laba per satuan yang diharapkan. Jika *target cost* di bawah harga pokok produk yang sekarang dapat dicapai, maka manajemen harus merencanakan program pengurangan biaya untuk menurunkan biaya yang sekarang dikonsumsi untuk menghasilkan produk ke *target cost*. Jadi, *target*

costing merupakan sistem akuntansi biaya yang menyediakan informasi bagi manajemen untuk memungkinkan memantau kemajuan yang dicapai dalam pengurangan biaya produksi menuju *target cost* yang telah ditetapkan.

Target costing tidak hanya melibatkan angka dan rumus saja, tetapi juga pertimbangan yang dihasilkan oleh manajemen yang didasarkan atas lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan internal yaitu biaya. Biaya produksi yang tidak efisien akan membuat produk kalah bersaing dengan produk sejenis yang memberikan harga lebih murah. Lingkungan eksternal yaitu pasar atau konsumen dan pesaing. Untuk menyingkapihnya maka produk yang dihasilkan harus melalui observasi pasar agar produk tersebut sesuai dengan keinginan pasar atau konsumen baik dari segi harga maupun kualitas produk.

Menanggapi hal tersebut, salah satu caranya dengan membuat perkiraan biaya pada saat perencanaan produk sehingga kita dapat memprediksi total biaya yang dibutuhkan dalam membuat produk dan juga untuk mempermudah pengontrolan biaya. Setelah mengetahui total biaya produk, maka kita dapat membandingkannya dengan harga pasar yang dapat diterima oleh konsumen atau harga pesaing. Sehingga pada akhirnya perusahaan dapat memperkirakan apakah produk yang dihasilkan dapat diterima konsumen dan harganya dapat bersaing dipasaran.

Dengan menerapkan *target costing* sangat berguna dalam mengolah biaya demi kelangsungan produksi perusahaan ini, karena *target costing* ini juga melingkupi bagaimana mendapatkan biaya yang rendah namun dapat memenuhi keinginan konsumen baik dari segi harga, desain, fungsi, dan juga kualitas dari produk tersebut. Semuanya itu memang harus diketahui oleh perusahaan, karena

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan pada PT. Nusantara Beta Farma Padang – Indonesia yang berkaitan dengan penerapan konsep *target costing* maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Selama ini PT. Nusantara Beta Farma Padang – Indonesia dalam melakukan pengendalian biaya produksi menggunakan konsep *standard costing*.

PT. Nusantara Beta Farma Padang – Indonesia yang handal dibidangnya terbukti dengan berbagai macam produk berupa obat-obatan yang mana telah terdaftar lebih kurang 37 jenis obat jadi, kosmetika, dan perbekalan kesehatan rumah tangga (PKRT). Selain sebagai produsen obat, PT. Nusantara Beta Farma Padang – Indonesia juga sebagai distributor melalui PT. Panay Farmalab sebagai rekanannya dalam memasarkan produk ke pasaran, yang telah memproduksi pertahunnya begitu besar selama tahun 2007 khususnya untuk produk Salisil Talk Wangi 45gr (kuning) kurang lebih 1.950.000 unit (etiket STW 45gr kuning).

2. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan konsep *target costing* dapat diterapkan pada PT. Nusantara Beta Farma Padang – Indonesia, agar perusahaan dapat melakukan pengendalian biaya produksi sehingga bisa mencapai target laba (*target profit*) sebesar 15%.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin Widjaja Tunggal. (2002). *Target costing dan Kaizen Costing*. Jakarta: Harvarindo.
- Blocher, Edward J, Kung H. Chen, dan Thomas W. Lin. (2000). *Manajemen Biaya*. Edisi Pertama. Jilid 1. Diterjemahkan oleh A. Susty Ambarriani. Jakarta: Salemba Empat.
- Bustami, Bastian dan Nurlela. (2007). *Akuntansi Biaya: Kajian melalui Pendekatan Praktis*. Jakarta: Avi Media.
- Eva, Maryanne. (2007). *Analisis Penerapan Konsep Target Costing Dalam Pengendalian Biaya Produksi Pada PT. Gold Coin Indonesia*. Jakarta
- Garrison, Ray H. dan Eric W. Noreen. (2001). *Akuntansi Manajerial*. Edisi pertama. Buku 2. Diterjemahkan oleh A. Totok Budisantoso. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, Don R, dan Maryanne M. Mowen. (2004). *Akuntansi Manajemen*. Edisi 7. Jakarta: Salemba Empat.
- Helen Khoe Ardhina C. (2004). *Penerapan Metode Target Costing Pada Produk Bantal Guling Bayi Yang Diproduksi Oleh CV. XYZ di Jawa Tengah*. Jawa Tengah
- Hornigren, Charles T., Srikant M. Datar, dan George Foster. (2003). *Cost accounting: A Managerial Emphasis*. Edition 11th. London: Prentice all, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2004). *Principles of marketing*. Edition 10th. New Jersey: Prentice Hal, Inc.
- Mulyadi. (1992). *Akuntansi Manajemen dan Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Edisi 1. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE – YKPN.
- Mulyadi. (1993). *Akuntansi Manajemen dan Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Edisi 2. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE – YKPN.
- Mulyadi. (2001). *Akuntansi Manajemen dan Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Edisi 3. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE – YKPN.
- Purwanto, Edy. (2007). Usaha Mengurangi Biaya Produksi Dengan Menggunakan Pendekatan Target Costing Dan Kaizen Costing (Studi Kasus Pada PT Pesona Remaja Malang)