

# Januaria Rari Duli

*by* UNITRI Press

---

**Submission date:** 28-Jun-2022 11:18PM (UTC-0400)

**Submission ID:** 1848977579

**File name:** Januaria\_Rari\_Duli.docx (32.56K)

**Word count:** 998

**Character count:** 6620

**1**  
**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA PENINGKATAN LABA PADA  
PRODUKSI KERIPIK BUAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada  
Cv.Kajeye Food Malang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan**

**Memperoleh Gelar Sarjana**

**AKUNTANSI**



**Disusun Oleh :**

**JANUARIA RARI DULI**

**NIM : 2018110143**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI**

**FAKULTAS EKONOMI**

**MALANG**

**2022**

## RINGKASAN

*Target costing* merupakan upaya dalam merencanakan biaya bukan untuk mengendalikan biaya yang dilakukan dalam rangka mengurangi beban biaya aktivitas usaha. Penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan untuk meningkatkan serta mengelola pendapatan bersih dari perusahaan yang berada dalam kesulitan akibat Covid-19.

Riset ini menggunakan metode kualitatif dan analisis deskripsi yang menggunakan data primer serta sekunder yang didapatkan pada CV. Kajeye Food sekaligus menjadi objek dari penelitian ini. Analisis proses produksi dilakukan untuk dapat menentukan target laba, menerapkan target costing, rekayasa nilai serta menentukan target biaya.

Metode dalam riset ini yaitu analisis deskriptif yang didapatkan berdasarkan hasil wawancara dari manajemen produksi serta pemilik. Temuan penelitian ini didapatkan proses dari diterapkannya *target costing* di perencanaan biaya produksi dengan menekan biaya berdasarkan rekayasa nilai disimpulkan bahwa mampu untuk dilakukan penekanan biaya dengan merekayasa nilai di tahapan perencanaan produksi dengan hasil didapatkannya keuntungan yang lebih besar sesuai harapan setelah dilakukan *target costing*.

**Kata Kunci : *target costing, laba, rekayasa nilai***

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tingkat persaingan yang tinggi pada sektor industri berdampak pada semakin tingginya kompetisi dan ancaman yang dapat merugikan keberlangsungan perusahaan. Rahmat (2013) menyebutkan terdapat dampak yang dinilai positif terkait persaingan yang semakin ketat yaitu memberi peluang kepada perusahaan untuk melakukan ekspor dengan besar-besaran. Namun dampak negatif yang ditimbulkan yaitu semakin banyaknya kompetitor tidak hanya di dalam negeri namun di luar negeri pula dengan hambatan untuk dapat melakukan pemasaran produk dengan bebas. Diperlukan strategi yang handal untuk dapat memenangkan persaingan dengan para kompetitor. Strategi yang dapat dilakukan yaitu melakukan manajemen produksi untuk memaksimalkan laba perusahaan secara efisien.

Masyarakat akan kesulitan untuk membeli produk yang dipasarkan bila harga yang ditawarkan terlalu tinggi yang berdampak pada penurunan penjualan dan menurunnya pendapatan perusahaan. Namun perlu dipertimbangkan pula harga jual produk yang terlalu rendah menyebabkan tidak dapat tercapainya target laba yang diinginkan karena pendapatan penjualan yang kecil. Perusahaan perlu untuk memiliki strategi yang dapat menargetkan kesesuaian terhadap kemampuan daya beli konsumen dengan penetapan harga yang masuk akal. Perusahaan melakukan penghitungan biaya target dengan cara melakukan penurunan biaya ataupun melakukan perancangan produk lain serta dapat melakukan proses produksi yang disesuaikan dengan kompetitor di pasar sehingga harga tetap dapat bersaing (Blocher, 2011). Banyak metode yang dapat digunakan untuk melakukan penetapan harga jual dari sebuah produk seperti salah satunya adalah *target costing*.

Perusahaan memiliki komitmen dalam persaingan kompetitor dengan penetapan harga yang menarik konsumen untuk membeli dengan cara melakukan *target costing*. Penggunaan dari metode tersebut adalah dengan melakukan rekayasa terhadap nilai-nilai atau melakukan modifikasi produk untuk mendapatkan biaya serendah mungkin namun tetap menjaga kualitas dari produk demi loyalitas para konsumen. Pertama perusahaan perlu untuk menetapkan biaya dari pembuatan produk yang disesuaikan dengan harga pasar, melakukan penghitungan

pendapatan laba yang direncanakan kemudian menentukan harga jual dari produk yang dihasilkan kepada konsumen (Rudianto, 2013). Bila perusahaan memiliki tujuan dalam peningkatan laba, diperlukan upaya rekayasa nilai serta penghematan pada biaya produksi untuk penerapan *target costing* yang optimal.

Menurut (Horngre 2016) harga yang ditetapkan didasarkan pada target biaya (*target costing*) yang merupakan penetapan harga yang diharapkan untuk sebuah produk yang memiliki harga bersaing, sehingga produk yang dijual mampu untuk mendapatkan keuntungan yang telah direncanakan. *Target costing* perlu untuk diterapkan penurunan biaya yang ketat atau dengan melakukan perancangan ulang dari sebuah produk serta memaksimalkan proses produksi yang berdasar pada pasar.

Temuan yang didapatkan dalam kajian empiris menunjukkan penerapan dari metode *target costing* dinilai efisien dilakukan untuk menetapkan harga jual yang memiliki kesesuaian dengan daya beli konsumen, sehingga perolehan keuntungan perusahaan sesuai dengan perencanaan. Rahmawati (2016) membuktikan penerapan dari metode ini dalam industri keripik tempe dinilai memiliki tingkat efisiensi dalam penetapan biaya produksi lebih baik. Rekayasa nilai dilakukan dengan cara mengurangi biaya kemasan, biaya bahan dasar dan penolong dimana perusahaan mampu menghemat biaya Rp. 37.000 dari setiap produksinya. Berdasarkan pada hasil yang didapatkan tersebut peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti metode *target costing* yang dilakukan pada objek penelitian yaitu CV. Kajeye food untuk memaksimalkan keuntungan dari penghematan biaya.

CV. Kajeye Food adalah bisnis yang bergerak dalam sektor produksi keripik buah dan sayuran, berdiri pada tahun 2000 yang beralamat di Jl.Pronojiwo II, Blimbing, Kota Malang Jawa Timur 67374. Peneliti tertarik untuk menerapkan *target costing* dalam rangka penentuan harga jual yang lebih baik dengan tetap menjaga kualitas yang diberikan kepada konsumen, maka meskipun pada situasi pandemi Covid-19 perusahaan masih dapat mendapatkan laba sesuai dengan ekspektasi. Maka peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul “PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA PENINGKATAN LABA PADA PRODUKSI KERIPIK BUAH PADA MASA PANDEMI COVID-19”

## 2. Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah yang digunakan sebagai dasar penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana penerapan metode *target costing* pada Cv. Kajeye Food ?

2. Bagaimana penerapan metode *target costing* pada upaya peningkatan laba di CV. Kajeye Food

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berikut ini merupakan tujuan yang diharapkan mampu untuk dicapai dengan dilakukannya penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan *target costing* pada Cv. Kajeye food

2. Untuk mengetahui penerapan *target costing* untuk meningkatkan laba.

### 4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

a. Temuan yang didapatkan diharap mampu untuk berkontribusi dalam bidang ilmu pengetahuan serta akademik di bidang akuntansi yang diterapkan dalam pembelajaran di Perguruan Tinggi khususnya berkaitan dengan *target costing* dalam peningkatan laba.

b. Dapat mengaplikasikan pengetahuan yang didapatkan ketika belajar dibangku kuliah terhadap realita yang dihadapkan pada dunia kerja khususnya berkaitan mengenai *target costing* dalam peningkatan laba.

2. Manfaat praktis

a. Cv. Kajeye Food

Untuk digunakan sebagai pertimbangan dalam penghitungan pengeluaran biaya produksi keripik buah dan sayur.

b. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan serta pengetahuan yang peneliti dapatkan serta bekal yang dapat digunakan ketika telah bekerja.

c. Bagi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

Untuk digunakan sebagai penambahan karya tulis ilmiah sehingga mampu untuk digunakan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

d. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pandangan bagi pembaca terkait dengan *target costing* dalam meningkatkan laba.

# Januaria Rari Duli

---

## ORIGINALITY REPORT

---

17%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	6%
2	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	3%
3	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://repository.president.ac.id">repository.president.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://scholar.unand.ac.id">scholar.unand.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://eprints.unm.ac.id">eprints.unm.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://www.scholarsofficial.com">www.scholarsofficial.com</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://repository.uir.ac.id">repository.uir.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1%

---

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On