

ABSTRAK

Berkembangnya bisnis barang konsumsi yang cukup pesat di Indonesia sejalan dengan pertumbuhan pendapatan penduduk di kota-kota besar di Indonesia beberapa tahun belakangan ini.

PT "X" sebagai badan usaha yang bergerak di bidang makanan ringan disini terutama dalam produksi permen, dalam melakukan penetapan harga jual produk menggunakan metode *cost plus mark up*, yaitu dengan menghitung biaya produksi yang kemudian ditambah dengan sejumlah *mark-up* tertentu. Untuk itu akan didesain sebuah produk permen yang baru, meskipun dipasaran telah beredar tapi disini badan usaha ingin agar produk yang akan diproduksi ini dapat laku dipasaran terutama untuk masyarakat kelas menengah kebawah. Salah satu alat manajemen biaya yang dapat digunakan pada tahap ini adalah *target costing*. Dengan *target costing* ini diharapkan agar beban pokok produksi yang dibebankan pada produk tersebut tidak terlalu besar sehingga dapat bersaing dipasaran. Penerapan *target costing* menyebabkan badan usaha untuk lebih berhati-hati dengan beban pokok produksi yang akan dikeluarkan untuk produk tersebut. Dalam penerapan *target costing* ini badan usaha pada mulanya menggunakan metode konvensional yaitu membebankan produk berdasarkan unit yang diproduksi. Badan usaha harus melakukan berbagai macam perbaikan melalui proses *value engineering* agar dapat mencapai *target cost*. Pada proses *value engineering* ini dilakukan dengan mengurangi bahan baku utama yang digunakan tanpa mengurangi kualitas dari produk yang dihasilkan tersebut. *Value engineering* tersebut tidak dapat dilakukan hanya sekali saja tetapi harus dilakukan berulang kali untuk menghasilkan hasil yang maksimal dengan biaya yang minimal. Perhitungan biaya merupakan hal kritis yang harus diperhatikan oleh badan usaha, karena hal ini akan membantu manajemen dalam membuat berbagai kebijakan serta mengambil keputusan.