

PENERAPAN TARGET COSTING DALAM UPAYA PENGURANGAN BIAYA PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN LABA PERUSAHAAN UKM MUAMALLAH MEBEUL TAHUN 2019 - 2020

Barry Pierdishafa Moechry¹, Rochman Marota², Amelia Rahmi³

Universitas Pakuan, Bogor
e-mail: barrypierdishafam@gmail.com

Abstrak

Data Penelitian ini diolah menggunakan Data Primer data yang pengumpulannya dilakukan sendiri oleh peneliti secara langsung seperti hasil Wawancara dan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti data-data perusahaan yang diukur dalam satuan volume dan satuan uang, antara lain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Hasil penelitian di atas dimana target costing merupakan alternatif yang baik dalam upaya menurunkan atau menekan biaya tersebut mengemukakan keberhasilan metode *target costing* dalam upaya penurunan biaya perusahaan dengan menggunakan analisis *value engineering* atau rekayasa nilai produk pada tahap desain yang sangat menentukan karena sebagian besar biaya produk ditentukan dan diantisipasi pada tahap desain. dan meningkatnya laba perusahaan. Perusahaan UKM Usaha PB Muamallah Meubel lebih efisien dan juga merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan untuk menekan biaya produksinya, metode target costing memberikan dampak yang positif bagi laba yang akan dihasilkan perusahaan, sehingga laba yang ditargetkan perusahaan dapat tercapai yang semula pada produk kusen hanya memperoleh laba antara 15% - 20% dalam penerapan metode *target costing* untuk produk kusen dapat memperoleh laba hingga 35%.

Kata Kunci: *Target Costing*, *Value Engineering*, Peningkatan Laba

Abstract

This research data is processed using Primary Data data collected directly by the researchers themselves such as the results of interviews and secondary data used in this study such as company data as measured in units of volume and units of money, including raw material costs, labor costs direct and factory overhead costs.

The results of the research above where target costing is a good alternative in an effort to reduce or reduce costs suggest the success of the target costing method in an effort to reduce company costs by using value engineering analysis or product value engineering at the very decisive design stage because most product costs are determined and anticipated at the design stage. and increased company profits. PB Muamallah Meubel Business SME companies are more efficient and also a good alternative for companies to reduce their production costs, the target costing method has a positive impact on profits to be generated by the company, so that the company's targeted profits it can be achieved that previously the sill products only earned a profit of between 15% - 20% in the application of the target costing method for sill products can obtain a profit of up to 35%.

Keywords: Target Costing, Value Engineering, Profit Increase

Keywords: Target Costing, Value Engineering,

Pendahuluan

Perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus mampu menghasilkan produksi yang tinggi dengan kualitas yang baik. Akan tetapi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi ini tidak mudah, karena banyak faktor yang mempengaruhinya, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain tenaga kerja, bahan baku, mesin, metode produksi dan pasar (Supriyadi 2013, 2).

Biaya produksi merupakan faktor internal yang paling berpengaruh terhadap pencapaian efisiensi produk karena merupakan komponen biaya yang paling besar yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Biaya-biaya yang membentuk biaya produksi adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Apabila dalam perhitungan biaya produksi tidak menggunakan metode yang tepat dan benar maka perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menetapkan biaya produksi sehingga pembebanan harga pokok terlalu tinggi.

Salah satu tujuan yang paling utama adalah optimalisasi laba atau keuntungan. Agar dapat memperoleh laba yang maksimal dalam persaingan yang ketat antar lini usaha, perusahaan harus dapat menciptakan suatu produk baik barang maupun jasa yang harganya lebih rendah atau harganya sama dengan pesaingnya. Untuk mendapatkan produk seperti itu, perusahaan harus berusaha mengurangi biaya yang harus dikeluarkan pada proses produksinya. Konsep *target costing* sangat sesuai sejalan dengan meningkatnya persaingan serta tingkat penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan, maka kekuatan pasar memberikan pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. Untuk itulah diperlukan *target costing* untuk dapat mencapai tujuan perusahaan yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap harga jual produk kompetitif serta memaksimalkan laba perusahaan. Semakin baik penerapan

target costing terhadap perusahaan maka akan semakin baik pula peningkatan efisiensi biaya produksinya yang berakibat terhadap tingkat penawaran harga dan pemaksimalan laba perusahaan.

Target costing merupakan sebuah perubahan terhadap pola pikir selama ini, serta merupakan kunci jangka panjang bagi kelangsungan hidup pertumbuhan dan kemakmuran suatu perusahaan dalam lingkungan yang kompetitif dan terus menerus berubah ini. Dengan *target costing* perusahaan dapat merancang produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus dapat mencapai target perusahaan secara bersamaan, karena *target costing* mempertimbangkan seluruh biaya produk dalam siklus biaya produk, dan bertujuan untuk menurunkan biaya total sebuah produk. Salah satu metode yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan di Jepang untuk lolos dari keterpurukan setelah kalah perang dan dibom atom setelah perang dunia kedua adalah *target costing*. Konsep *target costing* sangat sesuai sejalan dengan meningkatnya persaingan serta tingkat penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan, maka kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. Sebagai salah satu manajemen inovasi, penerapan *target costing* dalam suatu perusahaan juga harus memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan keberhasilan implementasi dari adanya inovasi tersebut. Pada saat *target costing* mulai diambil dan diimplementasikan oleh operasi bisnis organisasi di dalam lingkungan bisnis yang lain maka dapat diasumsikan bahwa suatu hal yang baru tentang pendekatan tersebut dapat dipelajari dengan memperhatikan apa yang sedang terjadi dengan konteks bisnis lainnya (Kusuma dan Ayu Noorida Soerono:2008)

Krismiaji (2011, 335) mengemukakan bahwa *target costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk baru dan kemudian merancang prototipe yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditetapkan. Tujuan utama *target costing* adalah mengurangi biaya karena sekali *target cost* telah dicapai, maka suatu *target cost* yang baru lebih rendah ditentukan. Dengan menggunakan *target costing* perusahaan dapat dengan bebas menentukan biaya yang diinginkan, dimana biaya ini diperoleh dari harga pasar yang berlaku dikurangi dengan laba yang

diinginkan dan seiring dengan *price driven-costing*. Umumnya perusahaan beroperasi dengan mengembangkan dan memproduksi barang atau jasa terlebih dahulu. Kemudian mulai menghitung biaya yang dikeluarkan untuk jenis produksi tersebut dan menetapkan harga jual bagi produknya, setelah itu produk siap dipasarkan. Namun dalam metode *target costing*, proses yang terjadi justru sebaliknya. Setelah perusahaan mengetahui harga yang akan dikenakan terhadap produknya, kemudian perusahaan mulai mengembangkan harga jual yang keliru dan membantu pengembangan produk lebih cepat dan terfokus, (Supriatna,2010). Tujuan utama *target costing* adalah mengurangi biaya karena sekali *target cost* telah dicapai, maka suatu *target cost* yang baru lebih rendah ditentukan. Dengan menggunakan *target costing* perusahaan dapat dengan bebas menentukan biaya yang diinginkan, dimana biaya ini diperoleh dari harga pasar yang berlaku dikurangi dengan laba yang diinginkan dan seiring dengan *price driven-costing*.

Menurut Rudianto (2006) *target costing* adalah metode penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar kompetitif, dengan demikian perusahaan memperoleh laba yang diharapkan. *Target costing* mempertimbangkan seluruh biaya produk atau jasa dalam siklus hidup produk dan bertujuan untuk menurunkan biaya total sebuah produk atau jasa. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan menerapkan *target costing* adalah untuk menurunkan total biaya dari total biaya sebelumnya sehingga perusahaan pun bisa mendapatkan laba yang maksimal tanpa harus menaikkan harga jualnya.

PB Muamallah Mebeul belum memiliki manajemen keuangan yang mendukung sehingga masih belum optimal dalam mengelola biaya produksi yang menyebabkan usaha tidak mencapai laba maksimal, seperti yang dijelaskan pada

Usaha tersebut mulai mengalami

kendala pada tahun ditandai dengan penurunan omset, biasanya omset Usaha PB Muamallah Meubel tidak kurang dari Rp. 400.000.000 dalam periode satu tahun, tetapi omset dari Usaha PB Muamallah Meubel mengalami penurunan yang diakibatkan naiknya harga-harga bahan baku dan berkurangnya jumlah pesanan yang diterima, sulitnya pangsa pasar tersebut disebabkan akibat banyaknya pesaing usaha di bidang pembuatan kusen yang mulai menjamur di wilayah Usaha PB Muamallah Meubel berdiri, hingga saat ini Usaha PB Muamallah Meubel mengalami masalah dalam pemaksimalan laba pada produk kusen ukuran balok 6 x 12 cm, keuntungan yang diharapkan dari penjualan per unit produk adalah 30% dari harga jualnya, dengan semakin banyaknya pesaing usaha dibidang pembuatan Meubel semakin memperjelas kenyataan akan laba yang didapat oleh Usaha PB Muamallah dari penjualan per unit produk masih belum stabil untuk menjangkau 30% dari harga jual produk tersebut.

Pada kasus ini, peneliti akan menerapkan metode *target costing* pada Usaha PB Muamallah Meubel yang diprediksikan dapat menjadi metode yang tepat untuk membantu mengatasi masalah dalam pemaksimalan laba yang sedang dialami oleh Usaha PB Muamallah Meubel, dalam penggunaan metode *target costing* akan ditekankan untuk meminimalisir atau mengurangi biaya produksi pada tahap perencanaan dan desain produk. Melalui *target costing* dapat diketahui berapa besar selisih biaya yang dianggarkan dengan biaya yang terjadi yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai keuntungan. Metode apapun yang digunakan, biaya selalu memegang peranan yang penting untuk memperhitungkan dan memiliki pengaruh yang besar terhadap penjualan suatu produk, dan sangat berkaitan dengan *target laba* yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan. *Target laba* yang diinginkan sebesar 30%, karena atas dasar penelitian terdahulu sehingga tidak lebih dari 30% maka dari itu disini saya menetapkan juga *target laba* tersebut.

Mengingat seberapa penting masalah *target costing*, maka hal ini perlu diperhatikan oleh PB Muamallah dimana dalam menjalankan kegiatan produksi sesuai dengan yang diinginkan (*target*), sebagai dasar penetapan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan oleh perusahaan. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan menerapkan *target costing* adalah untuk menentukan harga pokok produk sesuai dengan

yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan oleh perusahaan. Hal ini sangat baik untuk diterapkan oleh perusahaan agar perusahaan dapat mengelola biaya (*cost management*) dengan baik, dan untuk mencapai tujuan perusahaan, perusahaan membentuk sebuah tim untuk pengembangan produk yang bertanggung jawab dan merancang produk yang dapat dibuat dengan biaya yang tidak lebih besar dari target biaya yang telah dihitung oleh perusahaan, sehingga dengan menggunakan pendekatan target costing, maka diharapkan dapat dijadikan sebagai alat penilaian

Akuntansi Manajemen

Krismiaji & Aryani (2011) menyatakan akuntansi manajemen merupakan cabang ilmu akuntansi yang khusus diselenggarakan untuk menghasilkan berbagai informasi yang akan dikonsumsi oleh pihak intern (manajemen) guna melaksanakan berbagai fungsi manajemen, mulai dari fungsi perencanaan, fungsi pengarahan dan motivasi karyawan, fungsi koordinasi, fungsi pengendalian dan pengawasan, fungsi penilaian kinerja, dan fungsi pembuatan keputusan.

Sementara, menurut Simamora (2012) akuntansi manajemen adalah proses pengidentifikasian, pengukuran, penghimpunan, penganalisisan, penyusunan, penafsiran, dan pengkomunikasian informasi keuangan yang digunakan oleh manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi, dan mengendalikan kegiatan usaha di dalam sebuah organisasi, serta untuk memastikan penggunaan dan akuntabilitas sumber daya yang tepat.

Target Costing

Menurut Witjaksono (2013: 157) *Target costing* merupakan suatu sistem dimana penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan,

atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya. *Target costing* merupakan perbedaan antara harga jual produk atau jasa yang diperlukan untuk mencapai pangsa pasar tertentu dengan laba per satuan yang diinginkan perusahaan menurut (Hansen dan Mowen, 2009: 361).

Penerapan biaya berdasarkan target, dimana perusahaan menentukan biaya yang harus dikeluarkan untuk barang atau jasa, berdasarkan harga pasar pesaing, dengan demikian perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan (Salman, 2016: 226).

Manfaat Target Costing

Menurut Salman (2016: 233) *Target costing* memberikan manfaat bagi perusahaan antara lain:

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan, yakni desain difokuskan pada nilai-nilai pelanggan.
2. Mengurangi biaya melalui desain yang lebih efisien dan efektif.
3. Membantu perusahaan mencapai profitabilitas yang diinginkan pada produk baru atau produk yang didesain ulang.
4. Dapat mengurangi total waktu yang dibutuhkan untuk pengembangan produk melalui peningkatan koordinasi manajer desain, manufaktur, dan pemasar.
5. Dapat meningkatkan kualitas produk secara menyeluruh, melalui desain yang dikembangkan secara hati-hati dan isu-isu manufaktur yang dianggap penting dipertimbangkan secara jelas dalam tahap desain.

Penerapan Target Costing

Menurut Witjaksono (2013: 179) *Target costing* adalah suatu proses yang sistematis yang menggabungkan manajemen biaya dan perencanaan laba. Proses ini menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Harga Menentukan Biaya (*Priced Led Costing*)

Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif membuat penetapan harga jual produk bukan hal gampang. Harga jual kerap ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar (*market price*) digunakan

untuk menentukan target biaya dengan formula sebagai berikut:

2. Fokus pada Pelanggan

Kehendak atau kebutuhan pelanggan atas kualitas, biaya, dan fungsi secara simultan terdapat dalam produk dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan berkenaan dengan desain dan perhitungan harga pokok produk.

3. Menentukan Laba yang Diharapkan

Penentuan harga jual per unit produk ini dipengaruhi oleh berbagai hal terkait, seperti pangsa pasar yang diperoleh, tingkat pertumbuhan yang ingin dicapai perusahaan, volume penjualan yang direncanakan dan sebagainya.

4. Cross Functional Team

Tim atau kelompok ini bertanggung jawab atas keseluruhan produk, dimulai dari ide atau konsep produk hingga tahapan produksi penuh.

Kendala Menerapkan Target Costing

Menurut Witjakono (2013: 183) berikut ini adalah kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing*:

1. Konflik antar kelompok dan atau antar anggota kelompok.
2. Karyawan yang mengalami *burnout* karena tuntutan target penyelesaian pekerjaan.
3. Target waktu penyelesaian yang terpaksa ditambah.
4. Sulitnya melakukan pengaturan atas berbagai faktor penentu keberhasilan *target costing*.

Biaya

Biaya adalah produk atau jasa, pelanggan, departemen, proyek, aktivitas. Jadi objek biaya adalah seluruh pengorbanan untuk mendapatkan sesuatu (barang atau jasa). Barang atau jasa akan di jual dengan tujuan untuk memperoleh laba. Jadi dalam dunia bisnis semua pengorbanan adalah

untuk memperoleh laba. Laba merupakan penggerak utama kemajuan suatu perusahaan.

Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau di masa depan bagi suatu organisasi. Biaya dikatakan sebagai setara kas karena sumber non kas dapat di tukar dengan barang atau jasa yang diinginkan. Sebagai contoh, menukar peralatan dengan bahan yang digunakan untuk produksi. Hansen dan Mowen (2013).

Konsep Biaya

Menurut Witjaksono (2013: 12), terdapat beberapa pendapat mengenai definisi dari pada biaya (*cost*); antara lain:

- a. *Cost* adalah suatu pengorbanan Sumber daya untuk mencapaisuatu tujuan tertentu.
- b. Sebagai akuntan mendefinisikan biaya sebagai: satuan moneter atas pengorbanan barang dan jasa untuk memperoleh manfaat di masa kini atau masa yang akan datang.
- c. *Cost in the cash equivalent value sacrificed for goods and services that are ex-pected to bring a current or future benefit to the organization.*

Maka dapat disimpulkan secara umum bahwa biaya dapat didefinisikan sebagai penilaian moneter dari upaya, material, Sumberdaya, waktu dan utilitas yang dikonsumsi, resiko yang timbul, dan peluang yang hilang dalam produksi barang atau jasa.

Objek Biaya

Menurut Salman (2016: 28), dalam konsep akuntansi biaya baik konsep akuntansi biaya konvensional maupun akuntansi manajemen kontemporer dikenal dengan istilah yang disebut dengan objek biaya (*cost object*). Contoh objek biaya adalah produk, departemen, pesanan, aktivitas, kontrak, lini produk, divisi, proyek, dan masih banyak contoh lain.

Objek biaya (*cost object*) merupakan suatu dasar yangdigunakan untuk melakukan perhitungan biaya. Perusahaan dapat memiliki banyak hal yang dapat dijadikan sebagai objek biaya, diantaranya adalah: produk, jasa, proyek, pelanggan, merek, aktivitas, dan departemen. Objek biaya yang paling umum digunakan oleh perusahaan adalah produk, departemen, dan aktivitas (Dunia, 2018: 23). Secara

umum dapat disimpulkan bahwa objek biaya merupakan tempat adanya biaya atau aktivitas biaya diukur tujuannya ialah untuk menelusuri serta memilih seberapa obyektif biaya tersebut diandalkan maupun dihasilkan.

Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku (mentah) dari pemasok dan mengubahnya menjadi produk selesai yang siap dijual (Sodikin 2015, 22). Menurut Sutrisno dalam Gerungan (2013, 865) menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Sedangkan menurut Wiratna Sujarweni (2015, 11). Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Dari beberapa pengertian biaya produksi diatas dapat dijelaskan bahwa biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan dan digunakan untuk mengolah suatu bahan mentah yang diperoleh dari pemasok menjadi barang jadi yang siap dijual

Unsur-unsur Biaya Produksi

Menurut Wiratna Sujarweni (2015, 11) biaya produksi dapat dibagi menjadi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik berdasarkan objek pengeluarannya.

1. Biaya Bahan Baku Langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku utama yang dipakai untuk memproduksi barang.
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja utama yang langsung berhubungan dengan produk yang diproduksi dari bahan baku mentah menjadi barang jadi.
3. Biaya *Overhead* Pabrik Biaya overhead pabrik adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan terdiri dari biaya bahan baku tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya-biaya produksi lainnya

yang tidak secara mudah dapat ditelusur secara langsung pada proses produksi.

BOP ini sering juga disebut sebagai biaya produksi tidak langsung karena tidak dapat langsung dibebankan kedalam suatu produk.

a. Biaya bahan baku tidak langsung, adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu produk, namun pemakaiannya sedikit.

b. Biaya tenaga kerja tidak langsung, adalah biaya tenaga kerja yang dikeluarkan untuk membayar gaji tenaga kerja namun tenaga kerja tersebut secara tidak langsung mempengaruhi pembuatan barang jadi

c. Biaya tidak langsung lainnya, adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang yang secara tidak langsung berkaitan dengan produksi barangnya.

Tujuan penyusunan biaya overhead pabrik menurut Wiratna Sujarweni (2015, 55) adalah sebagai berikut:

- a) Dapat mengetahui penggunaan biaya secara lebih efisien dan efektif.
- b) Dapat menentukan harga pokok produksi secara lebih tepat.
- c) Dapat mengetahui alokasi biaya *overhead* pabrik, sesuai departemen tempat biaya dibebankan.
- d) Untuk alat mengawasi biaya *overhead* pabrik.

Metode Penelitian Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian analisis deskriptif kualitatif yang menggunakan data sekunder dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi mengenai profil perusahaan, kegiatan usaha, proses produksi dan biaya-biaya yang terjadi dalam pembuatan produk, antara lain biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik..

Objek Penelitian

Objek yang diteliti adalah penerapan Biaya produksi dan *target costing*, juga laba usaha. Unit analisis penelitian adalah organization, dimana penelitian dilakukan pada suatu organisasi atau

perusahaan sehingga data adalah mengenai atau berasal dari suatu organisasi atau perusahaan tertentu yakni UKM PB Muamallah Meubel.

Lokasi penelitian dilakukan pada UKM PB Muamallah Meubeuel yaitu sebuah perusahaan produksi Meubel berada di Jl. Raya Puncak Cisarua Kp.Pasir Madin RT 01 RW 04 Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan pemilik usaha Meubeuel PB Muamallah seperti gambaran mengenai profil perusahaan Meubel PB Muamallah.

Data primer dalam penelitian ini berupa hasil wawancara kepada narasumber yaitu pemilik usaha Meubeuel PB Muamallah.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti data-data perusahaan yang diukur dalam satuan volume dan satuan uang, antara lain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah Wawancara, Observasi, Studi pustaka

Metode Analisis Data

Analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian (Sugiyono : 2017) Pada penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kuantitatif yang merupakan suatu penelitian yang mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala, dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis, serta akurat. Setelah diperoleh data yang berhubungan dengan

permasalahan yang ada, maka data tersebut akan dianalisis melalui tahapan sebagai berikut:

Metode pengolahan atau analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif yang digunakan untuk menyajikan informasi dan memaparkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di PB Muamallah Meubel dengan cara menghitung biaya produksi berupa biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Serta membandingkan perbedaan pada saat perusahaan belum menerapkan metode *target costing* dan setelah perusahaan menerapkan metode *target costing*

- 1) Menentukan target harga jual produk dengan melihat harga pasar dan daya beli konsumen.
- 2) Menentukan target laba yang diharapkan oleh perusahaan.

$$\text{Target Costing} = \text{Harga Jual} - \text{Laba}$$

- 3) Menentukan besarnya *target costing*.
- 4) Perbandingan *Traditional cost* dan *Target Costing*
 - b. Melakukan perbandingan antara laba awal yang diperoleh perusahaan dengan laba setelah implementasi *target Costing*.
 - c. Melakukan analisa proses produksi, hal ini dilakukan agar dapat memahami proses produksi secara menyeluruh akan produk yang dianalisa dengan harapan lebih akuratnya pembagian komponen biaya dalam perhitungan selanjutnya.
 - d. Melakukan analisa harga, terdiri dari harga yang berlaku saat ini di usaha PB Muamallah Meubel tersebut.

Berdasarkan tahapan-tahapan diatas, yang perlu diperhatikan adalah tahap kelima. Tahap kelima tidak harus dilakukan apabila *target cost* sudah tercapai, namun apabila dalam keempat tahapan sebelumnya *target cost* belum tercapai maka tahapan kelima perlu dilakukan.

Adapun tahapan terakhir dalam penelitian ini adalah membandingkan perhitungan biaya produksi dan laba menurut

metode biaya standar yang diterapkan perusahaan atau sebelum penerapan metode *target costing* dengan hasil perhitungan biaya produksi dan laba menurut metode *target costing*.

1. Targer Harga jual

Penentuan Harga Jual oleh PB Mumallah masih menggunakan metode tradisional yaitu dengan memperkirakan biaya yang dikeluarkan

Tabel Daftar Produk Dan Harga Kusen balok 6 x 12 Tahun 2019 dan 2020

Jenis Kusen	HARGA			
	Borneo	Meranti	Kamper	Banjar
Kusen Gundul/Lubang	Rp 300.000	Rp 380.000	Rp 500.000	Rp 900.000
Kusen Kisi-Kisi/Lubang	Rp 300.000	Rp 400.000	Rp 500.000	Rp 630.000
Kusen Lengkung/Lubang	Rp 420.000	Rp 350.000	Rp 530.000	Rp 650.000
Kusen gendong lengkung 3 lubang	Rp. 950.000	Rp.1.200.000	Rp. 1.500.000	Rp.1.950.000
Kusen gendong lengkung kisi-kisi 3 lubang	Rp. 1.100.000	Rp.1.400.000	Rp. 1.800.000	Rp.2.300.000

(Sumber :hasil wawancara)

2. Target Laba

Target laba yang diharapkan dari Usaha PB Muamallah Meubel adalah 30% dari harga jual per unit produk.

3. Target Biaya

Formula: Biaya produksi = harga jual – Laba yang diharapkan
 $TCi = Pi - Mi$

Keterangan:

TCi = *Target Cost* (target biaya) per unit produk

Pi= harga jual per unit produk

Mi = laba per unit produk

Tabel Target Laba Kusen Gundul 2019 dan 2020

Bahan Kayu	Harga Jual (Pi)	Laba yang diharapkan (Mi)	Target Cost (TCi)
Borneo	Rp 300.000	30%	Rp 210.000
Meranti	Rp 380.000	30%	Rp 266.000
Kamper	Rp 500.000	30%	Rp 350.000
Banjar	Rp 900.000	30%	Rp 630.000

(Sumber : Hasil Olahan Penulis)

Tabel Target Laba Kusen Kisi Kisi 2019 dan 2020

Bahan Kayu	Harga Jual (Pi)	Laba yang diharapkan (Mi)	Target Cost (TCi)
Borneo	Rp 300.000	30%	Rp 210.000
Meranti	Rp 400.000	30%	Rp 231.000
Kamper	Rp 500.000	30%	Rp 371.000
Banjar	Rp 630.000	30%	Rp 490.000

(Sumber : Hasil Olahan Penulis)

Tabel Target Laba Kusen Lengkung 2019 dan 2020

Bahan Kayu	Harga Jual (Pi)	Laba yang diharapkan (Mi)	Target Cost (TCi)
Borneo	Rp 420.000	30%	Rp 294.000
Meranti	Rp 350.000	30%	Rp 245.000
Kamper	Rp 530.000	30%	Rp 371.000
Banjar	Rp 650.000	30%	Rp 455.000

(Sumber : Hasil Olahan Penulis)

Tabel Target Laba Kusen Gendong lengkung Tiga lubang 2019 dan 2020

Bahan Kayu	Harga Jual (Pi)	Laba yang diharapkan (Mi)	Target Cost (TCi)
Borneo	Rp 950.000	30%	Rp 665.000
Meranti	Rp 1.200.000	30%	Rp 840.000
Kamper	Rp 1.500.000	30%	Rp 1.050.000
Banjar	Rp 1.950.000	30%	Rp 1.365.000

(Sumber : Hasil Olahan Penulis)

Tabel Target Laba Kusen Gendong Kisi Kisi Tiga Lubang 2019 dan 2020

Bahan Kayu	Harga Jual (Pi)	Laba yang diharapkan (Mi)	Target Cost (TCi)
Borneo	Rp 1.100.000	30%	Rp 770.000
Meranti	Rp 1.400.000	30%	Rp 980.000
Kamper	Rp 1.800.000	30%	Rp 1.260.000
Banjar	Rp 2.300.000	30%	Rp 1.610.000

(Sumber : Hasil Olahan Penulis)

4. Perbandingan *Traditional cost* dan *Target Costing*

Tabel Perbandingan Traditional Costing dan Target Costing Kusen Gumdul 2019 dan 2020

Tahun 2019			
Bahan Kayu	Traditional Costing	Target Costing	Selisih
Borneo	Rp 226.220	Rp 164.520	Rp 61.700
Meranti	Rp 306.220	Rp 194.520	Rp 111.700
Kamper	Rp 396.220	Rp 274.520	Rp 121.700
Banjar	Rp 516.220	Rp 254.500	Rp 261.720
Tahun 2020			
Bahan Kayu	Traditional Costing	Target costing	Selisih
Borneo	Rp 421.232	Rp 194.520	Rp 132.820
Meranti	Rp 471.232	Rp 284.520	Rp 172.820
Kamper	Rp 671.232	Rp 344.520	Rp 222.820
Banjar	Rp 771.232	Rp 404.520	Rp 142.800

(Sumber: Hasil Olahan Penulis)

Tabel Perbandingan Traditional Costing dan Target Costing Kusen Kisi Kisi Tahun 2019 dan 2020

Tahun 2019			
Bahan Kayu	Traditional Costing	Target costing	Selisih
Borneo	Rp 236.220	Rp 174.520	Rp 61.700
Meranti	Rp 316.220	Rp 204.520	Rp 111.700
Kamper	Rp 406.220	Rp 284.520	Rp 121.700
Banjar	Rp 526.220	Rp 344.520	Rp 181.700
Tahun 2020			
Bahan Kayu	Traditional Costing	Target costing	Selisih
Borneo	Rp 431.232	Rp 244.520	Rp 186.712
Meranti	Rp 481.232	Rp 294.520	Rp 186.712
Kamper	Rp 681.232	Rp 354.520	Rp 326.712

Banjar	Rp 781.232	Rp 414.520	Rp 366.712
--------	------------	------------	-------------------

(Sumber: Hasil Olahan Penulis)

Tabel Perbandingan Traditional Costing dan Target Costing Kusen Lengkung Tahun 2019 dan 2020

Tahun 2019			
Bahan Kayu	Traditional Costing	Target costing	Selisih
Borneo	Rp 246.220	Rp 184.520	Rp 61.700
Meranti	Rp 326.220	Rp 214.520	Rp 111.700
Kamper	Rp 416.220	Rp 404.520	Rp 11.700
Banjar	Rp 536.220	Rp 354.520	Rp 181.700
Tahun 2020			
Bahan Kayu	Traditional Costing	Target costing	Selisih
Borneo	Rp 441.232	Rp 254.520	Rp 186.712
Meranti	Rp 491.232	Rp 304.520	Rp 186.712
Kamper	Rp 691.232	Rp 364.520	Rp 326.712
Banjar	Rp 791.232	Rp 424.520	Rp 366.712

(Sumber: Hasil Olahan Penulis)

Tabel Perbandingan Traditional Costing dan Target Costing Kusen Gendong Lengkung Tiga Lubang Tahun 2019 dan 2020

Tahun 2019			
Bahan Kayu	Traditional Costing	Target costing	Selisih
Borneo	Rp 754.660	Rp 624.560	Rp 130.100
Meranti	Rp 994.660	Rp 729.560	Rp 265.100
Kamper	Rp 1.264.660	Rp 1.009.560	Rp 255.100
Banjar	Rp 1.624.660	Rp 1.219.560	Rp 405.100
Tahun 2020			
Bahan Kayu	Traditional Costing	Target costing	Selisih
Borneo	Rp 1.301.696	Rp 834.560	Rp 467.136
Meranti	Rp 1.451.696	Rp 1.009.560	Rp 442.136
Kamper	Rp 2.051.696	Rp 1.219.560	Rp 832.136
Banjar	Rp 2.351.696	Rp 1.429.560	Rp 922.136

(Sumber: Hasil Olahan Penulis)

Tabel Perbandingan Traditional Costing dan Target Costing Kusen Gendong Lengkung Tiga Lubang Tahun 2019 dan 2020

Tahun 2019			
Bahan Kayu	Traditional Costing	Target costing	Selisih
Borneo	Rp 754.660	Rp 624.560	Rp 130.100
Meranti	Rp 994.660	Rp 729.560	Rp 265.100
Kamper	Rp 1.264.660	Rp 1.009.560	Rp 255.100
Banjar	Rp 1.624.660	Rp 1.219.560	Rp 405.100
Tahun 2020			
Bahan Kayu	Traditional Costing	Target costing	Selisih
Borneo	Rp 1.301.696	Rp 834.560	Rp 467.136
Meranti	Rp 1.451.696	Rp 1.009.560	Rp 442.136
Kamper	Rp 2.051.696	Rp 1.219.560	Rp 832.136
Banjar	Rp 2.351.696	Rp 1.429.560	Rp 922.136

(Sumber: Hasil Olahan Penulis)

Tabel Perbandingan Traditional Costing dan Target Costing Kusen Gendong Kisi Kisi Tiga Lubang Tahun 2019 dan 2020

Tahun 2019			
Bahan Kayu	Traditional Costing	Target costing	Selisih
Borneo	Rp 889.660	Rp 729.560	Rp 160.100
Meranti	Rp 1.169.660	Rp 849.560	Rp 320.100
Kamper	Rp 1.484.660	Rp 1.169.560	Rp 315.100
Banjar	Rp 1.904.660	Rp 1.219.560	Rp 685.100
Tahun 2020			
Bahan Kayu	Traditional Costing	Target costing	Selisih
Borneo	Rp 1.526.696	Rp 969.560	Rp 557.136
Meranti	Rp 1.701.696	Rp 1.169.560	Rp 532.136
Kamper	Rp 2.401.696	Rp 1.409.560	Rp 992.136
Banjar	Rp 2.751.696	Rp 1.649.560	Rp 1.102.136

(Sumber: Hasil Olahan Penulis)

Pembahasan & Interpretasi

Hasil penelitian di atas dimana *target costing* merupakan alternatif yang baik penelitian tersebut mengemukakan keberhasilan metode *target costing* dalam upaya penurunan biaya perusahaan dengan menggunakan analisis *value engineering* atau rekayasa nilai produk pada tahap desain yang sangat menentukan karena sebagian besar biaya produk ditentukan dan diantisipasi pada tahap desain. Dalam penelitian tersebut membahas usaha-usaha penurunan biaya pada tahap produksi di perusahaan garmen yang dilakukan dengan menekan pemborosan-pemborosan pada saat pengadaan barang, penyimpanan bahan, proses pemakaian bahan dan penjahitan, dan pada proses pengemasan dan penyerahan produk ke pasar. Dimana *target costing* telah menjadi suatu ukuran kesuksesan perusahaan, khususnya dalam menunjukkan hasil yang dapat digunakan oleh manajemen yang berkaitan untuk mempertanggung jawabkan biaya perencanaan dan perancangan produk. Penelitian tersebut juga mengemukakan bahwa dengan menggunakan *target costing* akan menjadi suatu Sumber kekuatan baru bagi perusahaan dalam memaksimalkan perolehan laba dalam jangka panjang.

Pada rencana dan kebijakan perusahaan sebelumnya yang sifatnya masih sederhana dan tidak terdapat perencanaan manajemen yang baik untuk mengendalikan biaya yang seharusnya dikeluarkan perusahaan, perusahaan perusahaan hanya terfokus pada penyediaan bahan baku utama berupa kayu yang harus selalu tersedia ketika perusahaan akan memproduksi produk kusen, tanpa memberi rencana yang tepat bahwa dalam waktu kurun waktu tertentu perusahaan harus memiliki berapa banyak persediaan bahan baku. Kejadian tersebut menyebabkan tidak terkendalinya biaya-biaya yang seharusnya terjadi, sehingga perusahaan sulit untuk merencanakan berapa banyak atau berapa jumlah keuntungan yang seharusnya menjadi target perusahaan. Begitu pula dalam menentukan harga jual atau dalam perhitungan biaya produksi, sebelumnya perusahaan menerapkan kebijakan yang tergolong metode *traditional cost*. Perusahaan hanya melihat biaya-

biaya yang langsung terjadi ketika melakukan aktifitas produksi, tanpa melihat faktor biaya lain seperti biaya *overhead* pabrik. Harga produk yang terjadi pun hanya didapat dari pengakumulasian biaya-biaya yang langsung terjadi dan harga ditentukan sesuai berkembangnya harga di pasaran.

Berdasarkan *Value Engineering* yang merupakan alat dari metode *target costing* pihak PB Muamallah Meubel dapat merencanakan bagaimana mendesain ulang biaya sedemikian rupa mulai dari mengganti faktor-faktor yang mempengaruhi tingginya biaya yang terjadi pada desain biaya produk sebelumnya. Harga target yang dihitung dengan menggunakan informasi dari pelanggan dan pesaing menjadi dasar untuk menghitung biaya target. Sehingga dapat dijadikan tolak ukur dimana perusahaan dapat dengan mudah melihat sejauh mana perusahaan menentukan standarisasi harga dan kualitas produk. Melalui pengendalian biaya, penerapan *target costing* dilakukan dengan mengidentifikasi berapa harga yang diinginkan pasar dan kemudian mendesain produk yang bersedia dibayar oleh pasar tersebut. Dalam hal ini perusahaan menetapkan harga jual yang terbaru dan masih berlaku pada pasar dari produk tersebut, maka dari itu dengan metode *target costing* perusahaan akan dapat lebih mudah untuk mencapai laba yang ditargetkan yaitu sebesar 30% dari setiap satu unit produk yang dipasarkan.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan perhitungan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan mengenai penerapan *target costing*, yang menunjukkan bahwa penerapan *target costing* pada UKM Usaha PB Muamallah Meubel lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini, dan juga merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan untuk menekan biaya produksinya, dimana dengan penerapan *target costing* maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya sebesar 27% hingga 35% dari biaya yang dikeluarkan sebelum menggunakan metode *target costing*.

2. *Target costing* merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan PB Muamallah Meubel, dapat diketahui perbedaan jumlah total biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan pada tahun 2019 dan 2020 sebelum dan setelah menggunakan metode *target costing*. Pada tahun 2019 Biaya yang dikeluarkan perusahaan sebelumnya untuk membuat kusen gundul per lubang dari keempat jenis kayu memerlukan biaya Rp.226.220 sampai Rp. 516.220 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 164.520 sampai Rp. 334.520, untuk membuat kusen kisi-kisi/jalosi per lubang dari keempat jenis kayu memerlukan biaya Rp. 236.220 sampai Rp. 526.220 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 174.520 sampai Rp. 344.520, untuk membuat kusen lengkung per lubang dari keempat jenis kayu memerlukan biaya Rp. 246.220 sampai Rp. 536.220 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 184.520 sampai Rp. 354.520, untuk membuat kusen gendong lengkung per tiga lubang dari keempat jenis kayu memerlukan biaya Rp. 754.660 sampai Rp. 1.624.660 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 624.560 sampai Rp. 1.219.560, untuk membuat kusen gundul tiga lubang dari keempat jenis kayu memerlukan biaya Rp. 889.660 sampai Rp. 1.904.660 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 729.560 sampai Rp. 1.409.560. Pada tahun 2020 untuk membuat kusen gundul per lubang dari keempat jenis kayu memerlukan biaya Rp.421.232 sampai Rp.771.232 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 234.520 Sampai Rp. 404.520 , untuk membuat kusen kisi-kisi/jalosi per lubang dari keempat jenis kayu memerlukan biaya Rp. 431.232 sampai Rp. 781.232 setelah menggunakan *target costing* Rp. 244.520 sampai Rp.414.520 untuk membuat kusen lengkung per lubang dari keempat jenis kayu memerlukan biaya Rp. 441.232 sampai Rp. 791.232 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 254.520 sampai Rp. 424.520 , untuk membuat kusen gendong lengkung tiga lubang dari keempat jenis kayu

memerlukan biaya Rp.1.301.696 sampai Rp. 2.351.696 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp.834.560 sampai Rp.1.429.560, untuk membuat kusen gundul tiga lubang dari keempat jenis kayu memerlukan biaya Rp. 1.526.696 sampai Rp. 2.751.696 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 969.560 sampai Rp.1.649.560.

3. Penerapan metode *target costing* memberikan dampak yang positif bagi laba yang akan dihasilkan perusahaan dengan cara mengurangi biaya-biaya yang terjadi dalam proses produksi, sehingga laba yang ditargetkan perusahaan dapat tercapai yang semula pada produk kusen hanya memperoleh laba antara 15% - 20% dalam penerapan metode *target costing* untuk produk kusen dapat memperoleh laba hingga 27- 35%.

Saran

Saran yang dapat disampaikan oleh penulis yang berhubungan dengan permasalahan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Kegunaan Praktis

Penulis berharap UKM PB Muamallah Meubel disarankan menggunakan metode *target costing*. Dengan menggunakan metode *target costing*, PB Muamallah Meubel dapat mengefisiensi biaya produksi serta memaksimalkan sebelumnya. Seperti yang terlihat pada tahun 2019-2020 yang dilakukan oleh peneliti dalam pengurangan biaya produksi dan peningkatan laba pada perusahaan

Kegunaan Akademis

Bagi peneliti berikutnya penulis menyarankan untuk lebih memvariasikan variable-variabel yang dapat dihubungkan dengan penerapan metode *target costing* dan juga menggunakan kedua metode pengendalian biaya yang termasuk dalam teknik analisis *target costing* yaitu *kaizen costing* dan *value engineering*, karena pada penelitian ini masih menggunakan variable-variabel yang tidak jauh berbeda dari peneliti-peneliti sebelumnya serta hanya menggunakan metode pengendalian biaya *value engineering* saja. Serta mempersiapkan

penelitian tersebut dengan seksama mulai dari lamanya waktu penelitian hingga periode data yang diperoleh dari perusahaan agar lebih mendapatkan hasil penelitian dari *target costing* secara lebih mendalam. Juga penelitian ini hanya sebatas tentang metode *target costing* dalam perencanaan biaya produksi dan peningkatan laba untuk tahun 2019-2020 pada UKM PB Muamallah Meubel. Saran bagi peneliti selanjutnya, dapat mengurangi keterbatasan penelitian ini karena penelitian ini mungkin belum sempurna dan dapat memperluas penelitian dengan memperpanjang metode penelitian seperti 2-3 tahun

Referensi

- Abdul, H., dan Muhammad, S. K (2012), *Teori, Konsep dan Aplikasi Akuntansi Sektor Publik*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Abdul. "Buku Panduan Penulisan Skripsi", *Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Syarif Hidayatullah*, Jakarta, 2012
- Aisyah Salam (2016), *Analisis Penggunaan Target Costing dan Kaizen Costing dalam Mengoptimalkan Laba Perusahaan, Skripsi, Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin*.
- Anthony A. Atkinson, Robert S. Kaplan, Ella Mae Matsumura, dan S. Mark Young (2012), *Akuntansi Manajemen*, Edisi 5, Jilid 2, (Diterjemahkan oleh: Nayla M, Tazkiyah), Jakarta, Penerbit Indeks.
- Arizal Kurnia Syawal (2018), *Analisis Pendekatan Target Costing Dalam Rangka Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi pada PT. Mega Satwa Perkasa*, skripsi, Makassar, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Armanto Witjaksono (2013), *Akuntansi Biaya Edisi Revisi*, Cetakan 2, Yogyakarta, Penerbit Graha Ilmu
- Carter, W. (2015). "Cost Accounting" *Cengage Learning Asia Pte Ltd*.
- Cynthia Indriani (2019), *Analisis Penerapan Target Costing dalam Perencanaan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba pada UKM Hidup Baru Steel*, Skripsi, Bogor, Universitas Pakuan.

- Dunia Firdaus Ahmad, dan Wasilah (2009), *Akuntansi Biaya*, Edisi 2, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Dunia, F., et al. (2018). *Akuntansi Biaya*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Fransiska Kusumadewi (2017), *Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Produksi*, skripsi, Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Heri Supriyadi (2013), *Penetapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan*, Skripsi, Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Medi Tri Purwanto (2013), *Analisis Laba Kotor Sebagai Salah Satu Alat Dalam Menetapkan Harga Jual Pada Perusahaan Telur Asin Eni Jaya Brebes*, Jurnal, Semarang, STIE Widya Manggalia Brebes
- Mulyadi (2012), *Akuntansi Biaya*, Cetakan 11, Edisi 5, Yogyakarta, Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Munawir, S., et al. (2002). *Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen untuk Teknologi Maju dan Globalisasi*. Edisi 2, cetakan 1, BPFE. Yogyakarta.
- PSAK No.16 (Revisi 2017), Ikatan Akuntan Indonesia, Jakarta.
- Restu Tri Yuliani, dkk. 2018. *Analisis Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Pada CV. Mandiri Tas Tahun 2018*. Jurnal. Universitas Pakuan. Bogor.
- Roisatul Khasanah, dkk. 2021. *Analisis Penerapan Metode Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Produksi Untuk Memaksimalkan Laba*. Jurnal. Universitas Pandanaran. Semarang. Salemba Empat
- Rudianto (2013), *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*, Jakarta, Penerbit Erlangga
- Rukmi Juwita, M. R. (2017). *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya* Vol 1, (2), 2017, 184-193, 1, 184-193.
- Salman, K. (2013). *Akuntansi Biaya "Pendekatan Product Costing"*. Akademi Permata. Jakarta.
- Salman, K., et al (2016). *Akuntansi Manajemen "Alat Pengukuran dan Pengambilan Keputusan Manajerial"*. Akademia Permata,. Jakarta.
- Sari (2012), *Penggunaan Target Costing Dalam Pengembangan Produk*, Jurnal, Surabaya, Unika Widya Mandala.
- Simamora, Henry (2012), *Akuntansi Manajemen*, Edisi 3, Riau, Penerbit Star Gate Publisher.
- Siregar, Baldric., et al (2016), *Akuntansi Biaya*, Cetakan 4, Edisi 2, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Siti Virgayanti Rukmana (2018), *Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada UMKM (Studi Kasus Pia DC di Kecamatan Jenggawah*, Skripsi, Jember, Universitas Jember
- Sodikin (2015) *Akuntansi Manajemen Sebuah Pengantar*, Edisi kelima. Yogyakarta, Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Soemarso, S. (2009). *Akuntansi Suatu Pengantar*, Edisi kelima. Jakarta:
- Sugiyono (2015, hlm.23), <http://repository.unpas.ac.id/29775/6/BAB%20III.pdf>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi R&D*. Cetakan Kedua Puluh, Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.