

**ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING DENGAN
PENGENDALIAN BIAYA BAHAN BAKU UNTUK MENINGKATKAN
LABA (STUDI KASUS PADA CV. BUDI UTAMA SURABAYA)**

SKRIPSI



Oleh :

SOVI SURYANI
1712321023/FEB/AK

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA
2021**

**ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING DENGAN
PENGENDALIAN BIAYA BAHAN BAKU UNTUK MENINGKATKAN
LABA (STUDI KASUS PADA CV. BUDI UTAMA SURABAYA)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi**



Oleh :

**SOVI SURYANI
1712321023/FEB/AK**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA
2021**

SKRIPSI

**ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING DENGAN PENGEDALIAN BIAYA
BAHAN BAKU UNTUK MENINGKATKAN LABA (STUDI KASUS PADA
CV. BUDI UTAMA SURABAYA)**

Yang diajukan

SOVISURYANI
1712321023/FEB/AK

Disetujui Untuk Ujian Skripsi Oleh

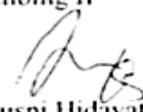
Pembimbing I


Nur Lailiyatul Inayah, SE., M.Ak.
NIDN. 0713097404

Tanggal

: 15-07-2021

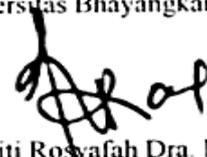
Pembimbing II


Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0711115801

Tanggal

: 14-07-2021

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya


Dr. Siti Rosyafah Dra. Ec.,MM.
NIDN.0703106403

SKRIPSI

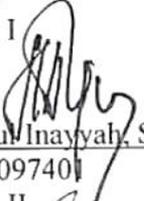
ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING DENGAN PENGEDALIAN BIAYA BAHAN BAKU UNTUK MENINGKATKAN LABA (STUDI KASUS PADA CV. BUDI UTAMA SURABAYA)

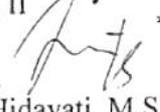
Di susun oleh :

Sovi Suryani
1712321023/FEB/AK

Telah dipertahankan dihadapan
dan diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya
Pada tanggal 22 Juli 2021

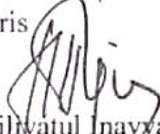
Pembimbing
Pembimbing I

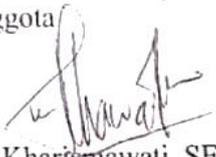

Nur Lailiyatul Inayyah, SE., M.Ak.
NIDN. 0713097401
Pembimbing II


Dra. Kusni Hidayati, M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0711115801

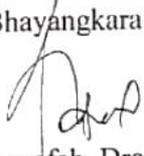
Tim Penguji
Ketua


Mahsina, SE., M.Si
NIDN. 0117047803
Sekretaris


Nur Lailiyatul Inayyah, SE., M. Ak.
NIDN. 0713097401
Anggota


Ika Kharismawati, SE., MM.
NIDN. 0709068304

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya


Dr. Hj. Siti Rosyafah, Dra., Ec., MM
NIDN. 0703106403

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sovi Suryani

NIM : 1712321023

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Jurusan : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul: **“Analisis Penerapan Target Costing Dengan Pengendalian Biaya Bahan Baku Untuk Meningkatkan Laba (Studi Kasus Pada CV. Budi Utama Surabaya).”**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi/Tugas Akhir orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan saya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Surabaya, 22 Juli 2021

Yang membuat Pernyataan,

Sovi Suryani
NIM. 1712321023

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “**Analisis Penerapan Target Costing Dengan Pengendalian Biaya Bahan Baku Untuk Meningkatkan Laba (Studi Kasus Pada CV. Budi Utama Surabaya)**”. Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada kedua orangtua yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan do'a yang tulus dan saudara tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini, dan seluruh keluarga besar atas segala pengorabanan, dukungan dan do'a restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Serta tak lupa penulis ucapkan banyak terimakasih kepada Ibu Nur Lailiyatul Inayyah, SE.,M.Ak. selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, memberikan masukan yang tak bosan-bosannya, membina yang tak henti-hentinya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tanpa adanya kendala, begitu pula Ibu Dra. Kusni Hidayati, M.Si.,Ak.,CA. selaku pembimbingan II yang telah berkenan membantu selama penyusunan skripsi, membenarkan kesalahan penulis,

memberikan masukan-masukan dan motivasi yang dapat menjadikan skripsi ini selesai tanpa adanya kendala.

Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terimakasih banyak sampaikan dengan hormat kepada :

1. Bapak Drs. Edy Prawoto, SH.,M.Hum. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya.
2. Ibu Dr. Siti Rosyafah, Dra.Ec., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
3. Bapak Arief Rahman, SE., M.Si selaku Ketua Prodi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan para staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya yang tak lelah menuangkan banyak ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
5. Bapak Kusno dan pegawai yang telah membantu penulis dengan memberikan tempat sebagai bahan penelitian.
6. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi angkatan 2017 terkhusus kepada Yolanda Maulida Putri dan Ardia Nur Agustin selaku teman terdekat penulis yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.

7. NCT dan EXO boyband kesukaan peneliti dari korea selatan, karena lagunya memberikan semangat dan menemani peneliti dalam mengerjakan kegiatan menulis skripsi.
8. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater kampus Universitas Bhayangkara Surabaya.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Konsep Biaya	11
2.2.1.1 Definisi Biaya.....	11
2.2.1.2 Klasifikasi Biaya	12
2.2.1.3 Sistem Informasi Biaya.....	15
2.2.1.4 Pengendalian Biaya.....	17
2.2.2 Biaya Bahan Baku.....	17
2.2.2.1 Unsur-unsur Biaya	18
2.2.2.2 Efisiensi Biaya Bahan Baku.....	19
2.2.3 Target Costing.....	19
2.2.3.1 Definisi Target Costing.....	19
2.2.3.2 Prinsip-prinsip Target Costing	21
2.2.3.3 Tahap-tahap Pelaksanaan Target Costing.....	24

2.2.3.4	Tujuan dan Alasan Menggunakan Target Costing.....	26
2.2.3.5	Karakteristik Target Costing.....	27
2.2.3.6	Penerapan Target Costing Untuk Penentuan Harga Target	28
2.2.3.7	Kendala Penerapan Target Costing.....	29
2.2.3.8	Alat Target Costing.....	30
2.2.4	Konsep Laba.....	32
2.2.4.1	Definisi Laba.....	32
2.2.4.2	Labanya Target	34
2.2.4.3	Perubahan Labanya.....	34
2.2.4.4	Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Labanya	35
2.3	Kerangka Konseptual	37
2.4	<i>Research Question</i>	38
2.4.1	<i>Main Research Question</i>	38
2.4.2	<i>Mini Research Question</i>	38
2.4.3	Model Analisis	39
2.5	Desain Studi Kualitatif	40
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Kerangka Proses Berfikir	41
3.2	Pendekatan Penelitian.....	42
3.3	Jenis Data dan Sumber Data.....	42
3.3.1	Jenis Data	42
3.3.2	Sumber Data.....	42
3.4	Batasan dan Asumsi Penelitian	43
3.4.1	Batasan Penelitian	43
3.4.2	Asumsi Penelitian	43
3.5	Unit Analisis.....	44
3.6	Teknik Pengumpulan Data	44
3.7	Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Dekripsi Objek Penelitian	47
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.1.2	Sruktur Organisasi.....	49
4.1.3	Uraian Tugas	50
4.2	Data dan Deskripsi Hasil penelitian	51

4.2.1	Data Penelitian	51
4.2.1.1	Biaya Bahan Baku Langsung	51
4.2.1.2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	51
4.2.1.3	Biaya Overhead Pabrik	52
4.2.1.4	Biaya Pemasaran	53
4.2.1.5	Biaya Produksi	53
4.2.1.6	Laba Rugi CV. Budi Utama	54
4.3	Analisis Hasil Penelitian	54
4.3.1	Penerapan Target Coting pada CV.Budi Utama	55
4.3.2	Analisis Harga Pasar	55
4.3.3	Menentukan Laba Yang Diharapkan	55
4.3.4	Perhitungan Harga Jual Dengan Metode Target Costing.....	56
4.3.5	Melakukan Rekayasa Nilai (<i>Value Engineering</i>).....	57
4.3.6	Perana Target Costing Untuk Meningkatkan Laba Produksi.....	60
4.4	Interpretasi.....	62
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pendapatan dan Biaya CV. Budi Utama Tahun 2017-2019.....	5
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang	10
Tabel 2.2 Desain Studi Kualitatif.....	40
Tabel 4.1 Biaya Bahan Baku Langsung	51
Tabel 4.2 Biaya Tenaga Kerja.....	52
Tabel 4.3 Biaya Overhead Pabrik	52
Tabel 4.4 Biaya Pemasaran	53
Tabel 4.5 Data Rincian Penjualan Dalam Satu Bulan CV. Budi Utama.....	53
Tabel 4.6 Biaya Produksi	54
Tabel 4.7 Laporan Laba Rugi.....	54
Tabel 4.8 Biaya Bahan Baku Langsung	58
Tabel 4.9 Biaya Tenaga Kerja Langsung	58
Tabel 4.10 Biaya Overhead Pabrik	59
Tabel 4.11 Biaya Produksi	59
Tabel 4.12 Selisih Biaya Produksi Metode Target Costing dan Tradisional	60
Tabel 4.13 Perbandingan Laba Rugi Sebelum dan Sesudah Target Costing	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Ilustrasi Target Costing	21
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	38
Gambar 2.3 Model Analisis	39
Gambar 3.1 Kerangka Proses Berfikir	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Budi Utama.....	49

**ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING DENGAN
PENGENDALIAN BIAYA BAHAN BAKU UNTUK MENINGKATKAN
LABA (STUDI KASUS PADA CV. BUDI UTAMA SURABAYA)**

Oleh :

Sovi Suryani

ABSTRAK

CV. Budi Utama adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa service sepeda motor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses terjadinya pengendalian biaya menggunakan system target costing dan dampak terhadap keuntungan perusahaan. Target costing diartikan sebagai penentuan biaya yang diharapkan dari suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, target costing lebih menguntungkan secara sistematis dan efektif bila diterapkan dalam perencanaan yang optimal.

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan analisis pengumpulan data-data yang kemudian diproses sedemikian rupa sehingga menjadi data yang diperoleh menjadi lebih sederhana. Dengan analisis target costing menunjukkan bahwa biaya produksi menurut perusahaan sebesar Rp. 53.000.000 sedangkan menurut target costing sebesar Rp. 50.000.000 hasil ini menunjukkan dimana dengan penerapan target costing perusahaan dapat keuntungan dengan selisih Rp. 3.000.000 untuk satu bulannya.

Kata Kunci : Target Costing, Pengendalian Biaya Bahan Baku CV. Budi Utama Surabaya.

**ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING DENGAN
PENGENDALIAN BIAYA BAHAN BAKU UNTUK MENINGKATKAN
LABA (STUDI KASUS PADA CV. BUDI UTAMA SURABAYA)**

Oleh :

Sovi Suryani

ABSTRACT

CV. Budi Utama is a company engaged in motorcycle service. This study aims to determine the process of cost control using the target costing system and the impact on company profits. Target costing is defined as determining the expected cost of a product based on competitive prices, target costing is more profitable systematically and effectively when applied in optimal planning.

Based on the results of the analysis, this research is a descriptive qualitative research by analyzing the collection of data which is the processed in such a way that the data obtained becomes simpler. The analysis of target costing shows that the production cost according to the company is Rp. 53.000.000 while according to the target costing of Rp. 50.000.000 This result shows where with the application of the target costing in the company can make a profit with a difference of Rp. 3.000.000 for each one month.

Keywords: Target Costing, Raw Material Cost Control CV. Budi Utama Surabaya.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tantangan terbesar bagi seorang pengusaha dalam bidang jasa seperti usaha *service* sepeda motor saat ini adalah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaannya. Hal ini disebabkan karena persaingan yang sangat tajam dan juga saat ini ada banyak tempat usaha yang bergerak dibidang jasa *service* sepeda motor. Dengan adanya pesaing maka akan timbullah perbedaan harga. Dari perbedaan harga tersebut maka manajemen perlu menganalisis biaya *service* dan perencanaan agar harga dapat terealisasi.

Penelitian ini sendiri bertujuan untuk mengetahui proses layanan pengendalian biaya bahan baku menggunakan sistem target costing dan pengaruhnya terhadap keuntungan perusahaan. Target costing sendiri lebih menguntungkan secara sistematis dan efektif bila diterapkan dalam perencanaan. Dikarenakan perusahaan dapat meminimalkan biaya dalam proses *service* dan dapat mencapai tujuan perusahaan dalam rangka meningkatkan laba perusahaan, yang pada akhirnya dapat membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif.

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 dengan meningkatnya persaingan serta tingkat penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan, maka kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. Untuk itulah diperlukan target costing untuk dapat mencapai tujuan perusahaan dalam rangka pengurangan biaya, yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif. Dasar penggunaan konsep target costing dalam masalah ini juga karena adanya kekuatan pasar memberi pengaruh besar terhadap tingkat harga, salah satunya perusahaan yang menjadi bahan penelitian ini yaitu CV. Budi Utama yang bergerak dibidang jasa *service* sepeda motor, dalam menentukan harga dari harga pesaing. Semakin baik penerapan target costing terhadap perusahaan maka

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

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.

Dikutip dalam Salam (2016). 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 sering disebut 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 produknya yang dapat dipasarkan secara menguntungkan pada tingkat harga yang telah ditetapkan sebelumnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis meneliti tentang bagaimana pengendalian biaya bahan baku melalui penerapan target costing yang dapat

mempengaruhi laba perusahaan CV. Budi Utama. Usaha ini melayani jasa perbaikan pada kendaraan sepeda motor, melihat era pada saat ini pengguna sepeda motor sudah sangat banyak pemnggunannya, dengan tempat yang strategis pada perusahaan CV. Budi Utama didaerah Gunungsari, Surabaya maka pelanggan pada perusahaan sangatlah banyak peminatnya.

Maka dengan itu melalui target costing ini dapat diharapkan untuk diketahui berapa besar selisih biaya yang dianggarkan dengan biaya yang terjadi yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai keuntungan. Dalam penelitian, Longdong (2016) dengan persamaan variabel yang digunakan yaitu target costing dan perencanaan biaya produksi dan dengan tempat penelitian yang berbeda, menunjukkan hasil bahwa metode target costing yang diterapkan dengan menggunakan rekayasa nilai mampu mengurangi biaya produksi sehingga target laba yang diharapkan oleh perusahaan sebesar 30% tercapai. Rekayasa nilai (*value engineering*) merupakan upaya mengidentifikasi berbagai cara yang dapat digunakan untuk menurunkan biaya produksi. Rekayasa nilai (*value engineering*) digunakan dalam target costing untuk menurunkan biaya produk dengan cara menganalisis *trade-off* antara jenis dan tingkat yang berbeda dalam fungsionalitas produk dengan biaya produk total (Rudianto 2013, 149). Penelitian yang dilakukan oleh Supriyadi (2013) dengan persamaan variabel yang digunakan yaitu target costing dan peningkatan laba usaha dan dengan tempat penelitian yang berbeda yaitu, menunjukkan hasil bahwa penerapan target costing pada penelitian itu 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 yang dikeluarkan sebelum menggunakan metode target costing.

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. Hal ini sangat baik untuk diterapkan oleh perusahaan CV. Budi Utama, yang mengalami kurangnya efisiensi laba dengan pendapatan yang tidak stabil disetiap tahun karena tanpa ada batasan target yang membuat biaya produksi lebih besar daripada harga jual. Maka, target costing sangat baik untuk diterapkan oleh CV. Budi Utama 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 efisiensi produksi pada CV. Budi Utama.

Tabel 1.1
Pendapatan dan Biaya CV. Budi Utama
Tahun 2017-2019

Uraian	2017	2018	2019
Pendapatan	Rp. 78.000.000	Rp. 90.000.000	Rp. 100.000.000
Biaya	Rp. 45.000.000	Rp. 50.000.000	Rp. 60.000.000
Laba	Rp. 33.000.000	Rp. 40.000.000	Rp. 40.000.000

Sumber : Olahan peneliti (2021)

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Penerapan Target Costing Dengan Pengendalian Biaya Bahan Baku Untuk Meningkatkan Laba (Studi Kasus Pada CV. Budi Utama)”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana target costing dapat dijadikan alat dalam mempengaruhi laba perusahaan pada CV. Budi Utama?.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis bahwa target costing dapat dijadikan alat dalam mempengaruhi laba perusahaan CV. Budi Utama.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis, sebagai kontribusi pendekatan teori dan konsep biaya dalam menerapkan target costing bagi akademisi dan praktisi.
2. Manfaat Praktis, sebagai literatur dalam pengambilan keputusan tentang penerapan target costing dalam mengendalikan biaya service pada CV. Budi Utama
3. Kebijakan, sebagai masukan bagi semua pihak yang berkepentingan dalam penerapan target costing.
4. Untuk Peneliti, diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan dalam proses produksi barang dan jasa serta lebih mengetahui manfaat dari penerapan metode target costing.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang penjelasan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka konseptual serta hipotesis atau research question.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang penjelasan mengenai kerangka proses berpikir, operasional variabe penelitian, teknik penentuan sampel, teknik pengumpulan data, lokasi dan penentuan waktu penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang penjelasan mengenai deksripsi obyek penelitian, deksripsi hasil penelitian, dan pengujian hipotesis, pembahasan.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang penjelasan mengenai simpulan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka dapat disusun penelitian terdahulu pada table 2.1 Tabel tersebut sebagai penunjang untuk memperkuat penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti :

1. Vina Auditia (2017) Dalam skripsi Unniversitas Airlangga Surabaya yang berjudul “Penerapan target costing untuk optimalisasi perencanaan laba *small medium service enterprice* (studi kasus pada PT. Tjuatja Utama Bali)” Metode target costing umumnya digunakan untuk perusahaan manufaktur dan terbukti mampu mereduksi biaya produksi serta memaksimalkan profit. Faktanya perusahaan jaspun membutuhkan metode target costing, terutama untuk perusahaan jasa kecil menengah yang menghadapi persaingan harga kompetitif dengan pesaingnya. Hasil peneliti ini bertujuan untuk mengetahui kebermanfaatan target costing pada perusahaan jasa transporter skala kecil menengah.
2. Cphynthia Indriani (2016) Dalam jurnal program akuntansi di Unniversitas Pakuan, Bogor yang berjudul “Analisis penerapan target costing dalam perencanaan biaya produksi untuk peningkatan laba pada UKM Hidup Baru Steel”. Salah satu tujuan yang paling utama dari sebuah perusahaan adalah optimalisasi laba. Agar dapat memperoleh laba yang maksimal dalam persaingan yang ketat, perusahaan harus berusaha mengurangi biaya yang dikeluarkan pada

proses produksinya. UKM Hidup Baru Steel merupakan sebuah usaha yang melayani pembuatan dan penjualan baja ringan. Usaha tersebut belum memiliki manajemen keuangan yang mendukung sehingga masih belum optimal dalam mengelola biaya produksi yang menyebabkan usaha tidak mencapai laba maksimal. Target laba UKM Hidup Baru Steel adalah 10% dari penjualan, namun nyatanya laba pada tahun 2017 hanya sebesar 5,19% dari penjualan, yang berarti laba yang diperoleh tersebut belum mencapai target yang diinginkan.

3. Gusman Hulalata (2017) Dalam skripsi Unniversitas Negri Gorontalo yang berjudul “Analisis penerapan target costing dalam rangka efisiensi biaya dan peningkatan laba pada CV Saiga Mandiri” Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan penggunaan metode Target Costing diketahui bahwa perusahaan-perusahaan harus melakukan pengurangan biaya sebesar Rp10.715.331, untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan. Pengurangan biaya dapat tercapai melalui efisiensi biaya, yang dilakukan terhadap seluruh komponen biaya serta melalui efisiensi biaya, menyebabkan penurunan biaya produksi sehingga menghasilkan laba operasi sebesar Rp26,550,000 periode bulan November 2016, dengan presentase laba yang meningkat dari 6% menjadi 10% Kata kunci: Target Costing, Biaya, Laba.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang

No.	Nama dan Judul	Persamaan	Perbedaan		Hasil
			Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang	
1.	Vina Auditia (2017) “Penerapan target costing untuk optimalisasi perencanaan laba small medium service enterprise (Studi kasus pada PT. Tjuatja Utama Bali”	Membahas mengenai penerapan metode target costing terhadap biaya service pada sebuah perusahaan jasa	1.Objek penelitian terdahulu yaitu pada PT. Tjuatja Utama Bali 2.Tahun penelitian terdahulu yaitu pada tahun 2017	1.Objek penelitian sekarang yaitu pada CV. Budi Utama 2.Tahun penelitian sekarang yaitu pada tahun 2021.	Menunjukkan bahwa setiap perusahaan jaspun membutuhkan metode target costing, terutama untuk perusahaan jasa kecil menengah yang menghadapi persaingan harga kompetitif dengan pesaingnya.
2.	Cynthia indriani, Ahmad nurhanudin taufiq, Amelia Rahmi (2016) “Analisi penerapan target costing dalam perencanaan biaya produksi untuk peningkatan laba pada UMKM Hidup Baru Steel”	Membahas mengenai penerapan metode target costing dalam upaya efisiensi biaya dan peningkatkan laba.	1.Objek penelitian terdahulu yaitu pada UMKM Hidup Baru Steel 2.Tahun penelitian terdahulu yaitu pada tahun 2016	1.Pada pelitian sekarang terdapat pada CV. Budi Utama. 2.Tahun penelitian sekarang yaitu pada tahun 2021.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan menggunakan metode target costing dapat mengefisienkan pengeluaran biaya produksi, sehingga laba yang diterima lebih maksimal. Target costing membantu UMK Hidup Baru Steel mencapai bahkan melebihi target laba yang diinginkan, yaitu sebesar 11,79% dari penjualan.
3.	Husman Hulalata (2017) “Analisis penerapan target costing dalam rangka efisiensi biaya dan peningkatan laba pada CV. Saiga Mandiri	Membahas mengenai penerapan target costing dalam upaya efisiensi biaya dan peningkatkan laba.	1.Objek penelitian terdahulu yaitu pada CV. Saiga Mandiri 2. Tahun penelitian terdahulu yaitu pada tahun 2017	1. Objek penelitan sekarang yaitu pada CV. Budi Utama 2. Tahun penelitian sekarang yaitu pada tahun 2021	Menunjukkan bahwa dengan penggunaan metode target costing diketahui bahwa perusahaan harus melakukan pengurangan biaya sebesar 20%, untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan. Pengurangan biaya dapat tercapai melalui efisiensi biaya,

Sumber : Data diolah peneliti 2021

2.2 LANDASAN TEORI

2.2.1 Konsep Biaya

2.2.1.1 Definisi Biaya

Akuntansi biaya mengatur sumber-sumber ekonomi yang digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa dengan satuan uang. Akuntansi secara garis besar dapat dibagi menjadi dua tipe yaitu akuntansi Keuangan dan akuntansi Manajemen. Akuntansi biaya bukan merupakan tipe akuntansi itu sendiri melainkan terpisah dari dua tipe tersebut, namun merupakan bagian dari keduanya.

Biaya memiliki berbagai macam arti tergantung maksud dari pemakai istilah tersebut. Pengertian biaya menurut PSAK (2017:16) adalah jumlah kas atau setara kas yang dibayarkan atau nilai wajar dari imbalan lain yang diserahkan untuk memperoleh suatu aset pada saat perolehan atau konstruksi atau, jika dapat ditetapkan, jumlah yang diatribusikan ke aset pada saat pertama diakui sesuai dengan persyaratan tertentu dalam PSAK lain. Sedangkan menurut

Mulyadi (2010:1) menyatakan bahwa “Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara-cara tertentu serta penafsiran terhadapnya. Proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian, serta penafsiran informasi biaya adalah tergantung untuk siapa proses tersebut ditujukan. Dalam hal ini proses akuntansi biaya harus memperhatikan karakteristik akuntansi keuangan. Telah disebutkan sebelumnya bahwa objek biaya adalah biaya, yang dicatat, digolongkan, diringkas, dan disajikan oleh akuntansi biaya”

Supriyono juga membedakan biaya ke dalam dua pengertian yang berbeda yaitu biaya dalam arti *cost* dan biaya dalam arti *expense* (Supriyono, 2011:14) :

“Biaya dalam arti cost (harga pokok) adalah “jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam rangka pemilikan barang dan jasa yang diperlukan perusahaan, baik pada masa lalu (harga perolehan yang telah terjadi) maupun pada masa yang akan datang (harga perolehan yang akan terjadi). Sedangkan *expense* (beban) adalah “Biaya yang dikorbankan atau dikonsumsi dalam rangka memperoleh pendapatan (*revenues*) dalam suatu periode akuntansi tertentu”

2.2.1.2 Klasifikasi Biaya

Biaya merupakan faktor yang berkaitan dengan aktivitas bisnis perusahaan, selain itu biaya juga berkaitan dengan berbagai tipe bisnis, non bisnis, manufaktur, dan bidang usaha lainnya. Secara umum, jenis biaya yang terjadi tergantung pada tipe organisasinya. Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan menjadi beberapa macam. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep: “*different costs for different purpose*”. Diantaranya:

- a. Objek pengeluaran.
- b. Fungsi pokok dalam perusahaan.
- c. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.
- d. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.
- e. Jangka waktu manfaat.

Klasifikasi Biaya Berdasarkan Tujuan Yang Ingin Dicapai

- a. Penggolongan biaya menurut obyek pengeluaran dalam

Cara ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya.

Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua

pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar.

- b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan dalam perusahaan manufaktur ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:
 1. Biaya Produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, biaya produksi dapat dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.
 2. Biaya Pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
 3. Biaya Administrasi dan Umum merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.
- c. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan :
 1. Biaya Langsung (*direct cost*), yaitu biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai.

2. Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*), yaitu biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik.
- d. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan. Menurut cara penggolongan ini, biaya dapat digolongkan menjadi empat, diantaranya :
1. Biaya variabel, adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 2. Biaya semi variabel, adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Dalam biaya semi variable mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.
 3. Biaya semi tetap, adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
 4. Biaya tetap, adalah biaya yang tetap jumlah totalnya dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contohnya: biaya gaji direktur produksi.
- e. Penggolongan biaya menurut jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua, yaitu:
1. Pengeluaran modal (*capital expenditure*), adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Contohnya :

pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva, biaya depresiasi, biaya amortisasi.

2. Pengeluaran pendapatan, adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contohnya: biaya iklan, biaya tenaga kerja.

Ada juga klasifikasi biaya yang sering dilakukan untuk menyajikan informasi biaya dikemukakan oleh Sugiri dalam Udin (2014:17) sebagai berikut:

- a. Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi perusahaan
- b. Klasifikasi biaya berdasarkan periode mempertemukan dengan pendapatan
- c. Klasifikasi biaya berdasarkan dapat ditelusuri ke objek biaya
- d. Klasifikasi biaya berdasarkan hubungannya dengan perubahan volume kegiatan
- e. Klasifikasi biaya berdasarkan kemampuan manajer untuk mengendalikannya
- f. Klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan'klasifikasi biaya berdasarkan dampak keputusan terhadap kas keluar.

2.2.1.3 Sistem Informasi Biaya

Perusahaan dapat dipandang sebagai suatu system yang memproses masukan untuk menghasilkan keluaran. Perusahaan yang bertujuan mencari laba maupun yang tidak bertujuan mencari laba mengolah masukan berupa sumber ekonomi untuk menghasilkan keluaran berupa sumber ekonomi lain yang nilainya harus lebih tinggi daripada nilai masuknya. Oleh karena itu, baik dalam urusan bermotif laba maupun yang tidak bermotif laba, manajemen selalu berusaha agar nilai

keluaran lebih tinggi dari nilai keluaran yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran tersebut, sehingga kegiatan organisasi dapat menghasilkan laba (untuk perusahaan bermotif laba) atau sisa hasil usaha (untuk perusahaan yang tidak bermotif laba). Dengan laba atau sisa hasil usaha tersebut, perusahaan akan memiliki kemampuan untuk berkembang dan tetap mampu mempertahankan eksistensinya sebagai suatu sistem dimasa yang akan datang.

Akuntansi biaya sendiri berfungsi mengukur pengorbanan nilai masukan tersebut guna menghasilkan informasi bagi manajemen yang salah satu manfaatnya adalah untuk mengukur apakah kegiatan usahanya menghasilkan laba atau sisa hasil usaha tersebut. Akuntansi biaya juga menghasilkan informasi biaya yang dapat dipakai oleh manajemen sebagai dasar untuk merencanakan alokasi sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran.

Menurut Bastian & Nurlalah (2010:56). Sistem informasi biaya merupakan sistem yang membantu manajemen dalam menetapkan sasaran laba perusahaan, target laba departemen, mengevaluasi efektifitas rencana perusahaan, mengungkapkan kegagalan dan keberhasilan dalam bentuk tanggung jawab yang spesifik dan menganalisis serta memutuskan penyesuaian dan perbaikan yang diperlukan agar tujuan atau sasaran organisasi dapat dicapai. Informasi biaya yang baik, tepat dan akurat diperlukan oleh setiap pemakai informasi biaya, hal tersebut dapat dipenuhi jika :

- a. Informasi biaya yang digunakan secara sistematis dan komperatif, sehingga informasi biaya yang digunakan dapat diandalkan dalam memutuskan tindakan apa yang akan memberikan hasil yang optimal bagi perusahaan.
- b. Informasi yang digunakan harus terkoordinasi dan terintegraasi sehingga informasi yang tersedia dapat digunakan oleh manajer perusahaan dan mudah dipahami dan dimengerti oleh pemakai.
- c. Mencerminkan otoritas, sehingga masing-masing manajer dapat dimintai pertanggungjawabannya.
- d. Informasi sebaiknya dapat memfokuskan perhatian manajemen.

Tanpa informasi biaya, manajemen tidak memiliki ukuran apakah masukan yang dikorbankan memiliki nilai ekonomi yang lebih rendah daripada nilai keluarannya, sehingga tidak memiliki informasi apakah kegiatan usahanya menghasilkan laba atau sisa hasil usaha yang sangat diperlukan untuk mengembangkan dan mempertahankan eksistensi perusahaannya. Begitu juga tanpa informasi biaya, manajemen tidak memiliki dasar untuk mengalokasikan berbagai sumber ekonomi yang dikorbankan dalam menghasilkan sumber ekonomi lain.

2.2.1.4 Pengendalian Biaya

Manajemen seringkali memerlukan data biaya, baik mengenai sifat maupun jumlahnya, sebelum produksi dilakukan atau sebelum kontrak penjualan disetujui. Data biaya seperti pengumpulan biaya-biaya produksi yang ditentukan dimuka salah satu tujuannya adalah untuk pengendalian biaya.

Giagian (1999:16) menyebutkan bahwa “pengendalian biaya merupakan suatu proses atau usaha yang sistematis dalam menetapkan standar pelaksanaan yang bertujuan untuk perencanaan, system informasi umpan balik, membandingkan pelaksanaan nyata dengan perencanaan, menentukan dan mengatur penyimpangan-penyimpangan serta melakukan koreksi perbaikan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, sehingga tujuan tercapai secara efektif dan efisien dalam penggunaan biaya”.

2.2.2 Biaya Bahan Baku

Pada dasarnya, bahan baku adalah seluruh bahan yang diperlukan dan digunakan untuk bisa membuat atau memproduksi suatu produk. Menurut Assauri (2015:20) menyatakan bahwa biaya bahan baku adalah seluruh bahan baku yang

mencakup seluruh bahan yang digunakan dalam suatu perusahaan pabrik, kecuali beberapa bahan yang secara fisik akan digabungkan ke dalam produk yang diperoleh perusahaan tersebut. Sedangkan menurut Hanggana (2013:345) berpendapat bahwa bahan baku adalah suatu bahan yang digunakan untuk membuat barang jadi. Dalam suatu perusahaan bahan baku dan bahan penolong memiliki arti yang sangat penting, karena menjadi modal terjadinya suatu proses produksi hingga hasil produksi.

2.2.2.1 Unsur-Unsur Biaya

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 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.

2.2.2.1 Efisiensi Biaya Bahan Baku

Pengendalian biaya dalam perusahaan dapat diukur dengan analisis efisiensi. Analisis efisiensi mengukur efisiensi biaya dengan cara membandingkan realisasi biaya dengan standar biaya. Semakin sesuai realisasi dengan standar, maka biaya tersebut dinilai semakin efisien. Biaya bahan baku biasanya memiliki resiko efisiensi yang tinggi apabila pengendalian tidak dilakukan dengan benar maka dampaknya dapat menyebabkan kerugian. Apabila terjadi pemborosan bahan baku maka biaya yang dikeluarkan pun akan tinggi, jika bahan baku habis tetapi target produksi belum tercapai, maka hal ini akan menyebabkan kerugian yang semakin besar. Oleh karena itu pengendalian biaya bahan baku sangat penting dalam proses produksi untuk mencapai laba maksimal.

Mulyadi (2012:63) mengemukakan bahwa “Efisiensi adalah ketepatan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga dan biaya. Efisiensi juga berarti rasio antara output dan input atau biaya dan keuntungan. Efisiensi dipakai dalam membuat sebuah perencanaan, dimana sebelum dilakukan pekerjaan terlebih dahulu direncanakan lebih awal sehingga pemborosan dapat ditekan”.

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa efisiensi merupakan perbandingan output dan input dengan menggunakan sumber-sumber yang ada secara baik dalam pencapaian sasaran tersebut.

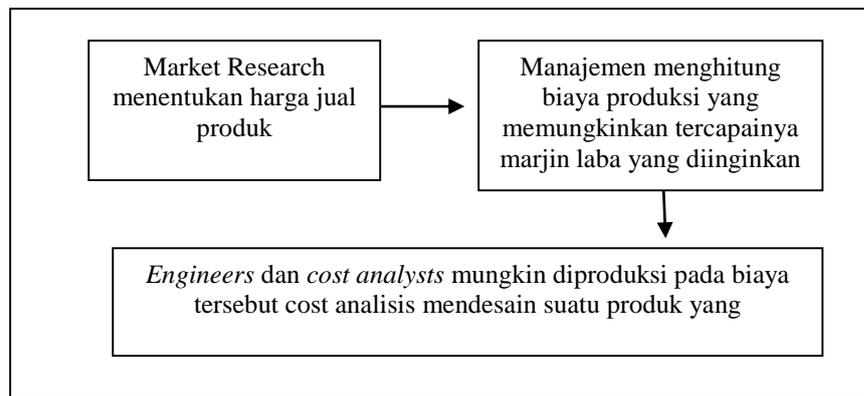
2.2.3 Target Costing

2.2.3.1 Definisi Target Costing

Wiguna dan Sorimin (2007:35), menyatakan bahwa: Target costing adalah penentuan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut akan memperoleh laba yang diharapkan.

Metode ini diterapkan untuk mendorong berbagai departemen yang terlibat dalam desain dan produksi produk dalam upaya mencari cara-cara yang lebih mudah untuk mencapai keistimewahan dan mutu produk yang sama atau lebih baik. Target costing digunakan selama tahap perencanaan dan menuntun dalam pemilihan produk serta proses desain yang akan dihasilkan suatu produk yang dapat diproduksi pada biaya yang diijinkan dan pada suatu tingkat laba yang dapat diterima. Target costing juga memberikan perkiraan harga pasar produk, volume penjualan, dan tingkat fungsionalitas.

Tidak hanya itu, target costing digunakan selama tahap perencanaan dan menuntun dalam pemilihan produk dan proses desain yang akan menghasilkan suatu produk yang dapat diproduksi pada biaya yang diijinkan dan pada suatu tingkat laba yang dapat diterima serta memberikan perkiraan harga pasar produk, volume penjualan dan tingkat fungsionalitas.



Sumber: Witjaksono, (2006:157)

Gambar 2.1 Gambar

Ilustrasi Target Costing

Terdapat tiga langkah utama dalam penerapan metode Target Costing, langkah pertama adalah memperoleh harga jual produk yang ditargetkan dan profit margin yang ditargetkan sehingga allowable cost dapat diperoleh. Tahap kedua adalah *achievable product-level target cost*. Sedangkan tahap ketiga adalah menurunkan target cost pada produk level ke level komponen sehingga harga pembelian komponen dapat diperoleh. Target cost berdasarkan pada prediksi harga produk dan keuntungan yang diharapkan perusahaan. Target costing digunakan selama tahap perencanaan dan menuntun dalam pemilihan produk dan proses desain yang akan menghasilkan suatu produk yang dapat diproduksi pada biaya yang diijinkan dan pada suatu tingkat laba yang dapat diterima serta dapat memberikan perkiraan harga pasar produk, volume penjualan, dan tingkat fungsionalis.

2.2.3.2 Prinsip-prinsip Target Costing

Menurut Witjaksono dalam arwina (2012:17) dalam tahap proses target costing ini, ada enam prinsip utama yang harus diperhatikan dalam mengimplementasikan metode target costing sebagai pondasi utama atau sebagai karakteristik dari metode tersebut, Antara lain :

a. *Price Led Costing*, dalam prinsip ini sistem target costing menetapkan target biaya dengan mengurangi required profit margin dari harga pasar yang diharapkan. Harga pasar dikendalikan oleh situasi pasar dan target laba ditentukan persyaratan keuangan dari suatu perusahaan dan industrinya. Price Led Costing mempunyai dua subprinsip yang penting yaitu:

- Harga pasar mendefinisikan rencana produk dan laba. Rencana tersebut harus sering dianalisis agar portofolio produk perusahaan memberikan sumberdaya hanya kepada produk yang menghasilkan margin laba yang konsisten dan dapat diandalkan.
- Proses target costing digerakkan oleh competitive intelligence dan analisis yang aktif. Pemahaman tentang latar belakang harga pasar digunakan untuk melindungi ancaman dan tantangan yang kompetitif.

b. *Focus on Customers*, dalam prinsip ini sistem target costing digerakkan oleh pasar (*market driven*). Persyaratan pelanggan atas kualitas, biaya dan waktu secara simultan diintegrasikan ke dalam produk, keputusan proses, dan mengarahkan analisis biaya. Target biaya tidak boleh dicapai dengan mengorbankan features yang diinginkan pelanggan, menurunkan kinerja atau keandalan suatu produk atau dengan menunda pengenalan produk di pasar.

c. *Focus on Design*, dalam prinsip ini sistem target costing mempertimbangkan desain produk dan proses sebagai kunci terhadap

manajemen biaya. Perusahaan menghabiskan lebih banyak waktu pada tahap desain dan mengurangi waktu sampai ke pasar (time to market) dengan menghilangkan perubahan-perubahan yang mahal dan menghabiskan banyak waktu yang diperlukan dikemudian hari. Sebaliknya metode reduksi biaya tradisional memfokuskan pada skala ekonomi, kurva pembelajaran, dan perbaikan hasil dalam mengelola biaya.

- d. *Tim Cross-functional*, Sormin (2007) mengemukakan bahwa : Target costing menggunakan tim produk dan proses, dengan anggota-anggota desain dan rekayasa manufacturing, produksi, penjualan dan pemasaran, pengadaan material, akuntansi biaya, servis dan pendukung. Tim lintas fungsional ini juga termasuk peserta dari luar, seperti pemasok, pelanggan, dealer, distributor, dan penyedia servis.
- e. Pengurangan Biaya dalam Siklus Hidup (*life Cycle*), dalam prinsip ini target costing mempertimbangkan seluruh biaya produk selama hidupnya, seperti harga pembelian, biaya operasi, pemeliharaan dan reparasi, serta biaya distribusi. Tujuan target costing adalah meminimalisir biaya daur hidup (life cycle cost) baik untuk pelanggan maupun produsen.
- f. *Value Chain Involvement* (Keterlibatan Rantai Nilai), dalam prinsip ini target costing melibatkan seluruh anggota rantai, seperti pemasok, dealer, distributor, dan penyedia jasa dalam proses. Target costing didasari hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan pemasok dan anggota-anggota lain dari rantai nilai seperti distributor.

2.2.3.3 Tahap-tahap Pelaksanaan Target Costing

Menurut Supriyono (2014:37), Tahap-tahap dari pelaksanaan atau proses target costing yang dibagi menjadi 5 tahap, yaitu:

1. Perencanaan perusahaan

Perencanaan perusahaan dimulai dengan melakukan penelitian pasar untuk mengetahui keinginan kebutuhan pelanggan, harga pasar yang berlaku, dan volume produksi yang diinginkan. Apabila perusahaan telah menentukan kebutuhan atau preferensi pelanggan dan harga pasar yang diinginkan berdasarkan hasil penelitian pasarnya, manajemen mulai menyusun rencana laba jangka panjang dan menengah untuk perusahaan secara keseluruhan dan menentukan target laba secara menyeluruh untuk setiap periode yang terperinci bagi setiap produk.

2. Pengembangan proyek produk baru

Pada tahap ini departemen perencanaan memberi informasi kepada departemen perencanaan perancangan tentang jenis produk baru yang ingin dikembangkan dan isi perubahan model rancangan model yang didasarkan atas riset pasar.

3. Penentuan rencana dasar untuk produk baru

Pada tahap ini, manajer produk menentukan rancangan rencana produk dasar dan departemen manajemen biaya menaksir biaya dan menyelidiki kemampuan mencapai laba yang ditargetkan. *Allowable cost* diperoleh

sebagai hasil dari pengurangan harga jual yang telah ditargetkan oleh divisi pemasaran dengan laba yang telah ditargetkan target *selling price* – target profit = *allowable cost*. *Allowable cost* inilah yang akan diusahakan untuk dicapai dan dijadikan pedoman menentukan target cost. *Drifting cost* dihitung sebagai biaya yang diestimasi berdasarkan biaya produk sedang berjalan. Manajer produk meminta setiap departemen untuk menelaah barang-barang yang diperlukan, proses pengolahan, dan menaksir biaya. *Allowable cost* merupakan biaya yang sangat ingin dicapai oleh manajemen puncak. Pencapaiannya memerlukan usaha-usaha keras dan tidak dapat dicapai dengan segera. Di lain pihak, *drifting cost* hanya suatu biaya yang diestimasi dan tidak mempunyai target. Untuk itu, diperlukan penentuan target cost yang dapat dicapai dengan memotivasi karyawan agar berusaha untuk mencapai *allowable cost*. Dalam hal ini, perlu diadakan penelitian faktor-faktor motivasional untuk mempengaruhi perilaku karyawan.

4. Rancangan produk

Pada tahap ini, departemen rancangan menyusun *draft blueprint* percobaan untuk sekumpulan target cost untuk setiap komponen. Kegiatan ini memerlukan informasi dari setiap departemen. Departemen rancangan juga membuat produk percobaan yang sesungguhnya sesuai dengan blueprint kemudian manajemen biaya menaksir biaya produk tersebut. Setelah memeriksa *drifting cost* dan komponen satu per satu, *drifting cost* diusahakan dikurangi menuju target cost. Jika ada kesenjangan antara *drifting cost* dan target cost, *value engineerin* mulai diterapkan. Pelaksanaan

value engineerin memerlukan kerjasama yang baik dari setiap departemen.

Value engineerin dilaksanakan oleh suatu tim yang terdiri dari manajer pemasaran, pendesainan produk, insinyur pabrik, dan pengawas produksi.

5. Rencana pemindahan produk

Setelah produk baru yang akan diproduksi ditentukan, kondisi peralatan mulai diperiksa dan departemen biaya menaksir biaya blueprint. Departemen perekayasaan produksi menyusun standar nilai bahan yang dikonsumsi, biaya tenaga kerja langsung, dan sebagainya. Standar nilai digunakan sebagai dasar data dalam menghitung biaya dan untuk perencanaan kebutuhan bahan.

2.2.3.4 Tujuan dan Alasan Menggunakan Target Costing

Tujuan target costing adalah untuk merancang biaya produk pada tahap perencanaan daripada 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 (Garrison dan Noreen, 2000). Sedangkan alasan menggunakan target costing ini berkaitan dengan pengamatan 2 karakteristik dari market dan cost yang penting, yaitu:

- a. 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.

- b. 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.

Perbedaan antara target costing dengan pendekatan untuk pengembangan produk yang lain, sangat mendalam, yaitu daripada mendesain produk dan kemudian mencari berapa biayanya, lebih baik target costing disusun dulu dan kemudian produk tersebut baru didesain, sehingga targetnya dapat diperoleh.

2.2.3.5 Karakteristik Target Costing

Menurut Rudianto (2013:148) metode target costing memiliki beberapa karakteristik khusus yang membedakannya dengan metode *cost based pricing*, yaitu:

1. Target costing digunakan pada tahap perencanaan dan desain. Tidak seperti standar costing yang digunakan pada tahap produksi, target costing lebih banyak digunakan pada tahap perencanaan dan desain.
2. Target costing merupakan perencanaan biaya yang berujung pada pengurangan biaya, bukan pengendalian biaya.

3. Target costing lebih cocok digunakan oleh perusahaan yang berorientasi pada perakitan yang membuat beraneka ragam produk dalam jumlah sedang dan sedikit.
4. Target costing digunakan untuk pengendalian spesifikasi desain dan teknik produksi. Oleh karena itu target costing lebih banyak berorientasi pada manajemen dan teknik dibandingkan dengan akuntansi.

2.2.3.6 Penerapan Target Costing untuk Penentuan Harga Target

Harga target yang dihitung dengan menggunakan informasi dari pelanggan dan pesaing menjadi dasar untuk menghitung biaya target. 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.

Hongren (2008:100) mengemukakan bahwa : “Harga target adalah perkiraan harga untuk sebuah produk atau jasa yang bersedia dibayar calon pelanggan. Perkiraan ini didasarkan pada pemahaman tentang nilai yang dipersepsi pelanggan atas sebuah produk dan berapa pesaing akan memberi harga produk yang bersaing itu”

Organisasi penjualan dan pemasaran sebuah perusahaan melalui kontak dan interaksi yang dekat dengan para pelanggan, biasanya merupakan posisi terbaik untuk mengenali kebutuhan pelanggan dan nilai pandangan mereka terhadap

sebuah produk. Perusahaan juga melakukan penelitian pasar tentang fitur produk yang diinginkan pelanggan dan harga yang bersedia mereka bayar untuk fitur tersebut. Memahami apa yang dinilai pelanggan merupakan sebuah aspek kunci yang berfokus pada pelanggan.

2.2.3.7 Kendala Penerapan Target Costing

Dari uraian yang sudah dijelaskan sebelumnya dapat dibayangkan bahwa penerapan target costing sebenarnya tidak mudah. Adanya kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan target costing. Menurut Witjaksono (2013:866) kendala-kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan target costing Antara lain :

- a. Konflik antar kelompok dan anggota kelompok
- b. Karyawan yang mengalami burnout karena tuntutan target penyesuaian pekerjaan.
- c. Target waktu penyelesaian yang mencoba menerapkan target costing terpaksa ditambah.
- d. Sulitnya melakukan pengaturan atas berbagai factor penentu keberhasilan target costing.

Dengan demikian sangat disarankan bagi perusahaan yang tertarik untuk menerapkan target costing memperhatikan hal-hal berikut :

- a. Manajemen puncak harus memahami proses target costing sebelum mengadopsinya.

- b. Apabila perhatian manajemen terlalu terpaku pada pencapaian sasaran target costing, maka dapat mengalihkan perhatian dari manajemen ke pencapaian sasaran keberhasilan organisasi secara keseluruhan.

2.2.3.8 Alat Target Costing

Alat utama yang digunakan perancang dalam target costing adalah *tear down analysis*, *value engineering* dan *reengineering*.

- a. *Tear down analysis* atau *reverse engineering* adalah proses untuk mengevaluasi produk pesaing dengan mengidentifikasi kesempatan dalam meningkatkan produk dengan cara mengambil bagian per bagian dari produk pesaing untuk mengidentifikasi fungsi dan desain produk serta untuk membuat kesimpulan tentang proses pembuatan produk. *Tear down analysis* menyediakan pandangan pada biaya dari produk dan mengungkapkan keuntungan dan kerugian yang berhubungan dengan pendekatan desain pada produk. Elemen utama dari *tear down analysis* adalah benchmarking dimana termasuk perbandingan desain produk percobaan dengan desain pesaing.
- b. *Value engineering quality function deployment* merupakan sarana manajemen yang menyediakan suatu struktur untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang merupakan kunci pada proses target costing. Perusahaan menggunakannya untuk mengidentifikasi apa yang konsumen inginkan dari produk sebelum desain produk dibuat. Proses ini kemudian membandingkan apa yang konsumen inginkan dengan bagaimana tujuan

tim desain untuk memuaskan kebutuhan mereka. *Quality function deployment* mendukung proses *value engineering* yang merupakan elemen penting pada proses target costing. *Value engineering* juga dikenal sebagai value analysis yang merupakan sistematis berdasarkan tim. Pendekatan ini untuk mengevaluasi desain produk dalam memenuhi permintaan untuk mengidentifikasi alternatif yang akan meningkatkan nilai produk, didefinisikan sebagai rasio dari fungsi untuk harga. Karena itu, ada 2 cara untuk meningkatkan nilai yaitu, penganggaran fungsional yang tetap dan mengurangi biaya atau penganggaran biaya konstan dan meningkatkan fungsi. *Value engineering* melihat semua elemen produk termasuk bahan mentah, proses manufaktur, tipe pekerja dan peralatan yang digunakan serta keseimbangan antara pembelian dengan komponen yang dihasilkan. *Value engineering* mencapai target cost yang diinginkan dengan dua cara :

1. Dengan mengidentifikasi peningkatan desain produk atau bahkan produk baru yang dapat mencapai fungsinya dengan cara yang berbeda, yang mengurangi komponen dan biaya manufaktur dengan tidak mengorbankan fungsinya.
2. Dengan menghapus fungsi yang dapat meningkatkan biaya dan kekomplekan produk.

Proses value engineering dimulai dengan menspesifikasi fungsi produk secara detil, sehingga aktivitas tersebut disebut functional analysis. Ini merupakan jantung dari pendekatan *value engineering* dan hasil dari spesifikasi

secara detail, biasanya dalam bentuk diagram yang disebut *function analysis system technique* yang menspesifikasi fungsi utama produk. Dengan memfokuskan pada fungsi produk, tim desain akan sering membandingkan komponen yang mempunyai fungsi yang sama dengan produk lain. *Reengineering*

Fokus utama pada pendekatan *tear down analysis dan value engineering* yaitu pada desain produk, sedangkan elemen penting lainnya dalam penjelasan biaya produk adalah proses yang digunakan perusahaan dalam membuat produk. Pada kenyataannya, tim target cost akan mempertimbangkan produk dan proses desain secara bersama-sama selama biaya dan kualitas produk juga bersama-sama dipengaruhi oleh produk dan proses desain. *Reengineering* merupakan aktivitas pendesainan kembali suatu rancangan atau keberadaan proses dan itu diarahkan oleh keinginan untuk memperbaiki biaya produk dan kualitas atribut.

2.2.4 Konsep Laba

2.2.4.1 Definisi Laba

Laba yang berhasil dicapai oleh suatu perusahaan merupakan salah satu ukuran kinerja dan menjadi pertimbangan oleh para investor atau kreditur dalam pengembalian keputusan untuk melakukan investasi atau untuk memberikan tambahan kredit. Menurut Carolina (2016), pengertian laba adalah merupakan salah satu informasi potensial yang terkandung didalam laporan potensial yang terkandung didalam laporan keuangan dan yang sangat penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan.

Menurut Harahap (2009), laba merupakan kelebihan penghasilan di atas biaya selama satu periode akuntansi. Sementara pengertian laba yang diamati oleh struktur akuntansi sekarang ini adalah selisih pengukuran pendapatan dan biaya. Menurut Warren et.al (2005:25), laba bersih atau keuntungan bersih yakni (*net income atau net profit*) merupakan kelebihan pendapatan terhadap beban-beban yang terjadi. Menurut Suwardjono (2008) pengertian laba adalah laba dimaknai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan diatas biaya (biaya total yang melekat kegiatan produksi dan penyerahan barang atau jasa). Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa laba adalah perkiraan antara pendapatan dan beban-beban yang terjadi pada suatu periode tertentu dalam suatu perusahaan.

Laba merupakan empat elemen utama yaitu pendapatan (*revenue*), beban (*expense*), keuntungan (*gain*), dan kerugian (*loss*). Menurut Stice, dkk (2004) definisi dari elemen-elemen laba tersebut sebagai berikut:

1. Pendapatan (*revenue*) adalah arus masuk atau peningkatan lain dari aktiva suatu entitas atau pelunasan kewajibannya (atau kombinasi dari keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha pertama yang sedang dilakukan entitas tersebut.
2. Beban (*expense*) adalah arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau timbulnya kewajiban (atau kombinasi keduanya) dari penyerahan atau

produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha pertama yang sedang dilakukan entitas tersebut.

3. Keuntungan (*gain*) adalah peningkatan dalam ekuitas atau (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi. Kejadian dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.
4. Kerugian (*loss*) adalah penurunan dalam ekuitas (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi. Kejadian dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.

2.2.4.2 Laba Target

Laba target atau laba yang diinginkan perusahaan. Menurut Sulastiningsih dan Zulkifli (2006:288) untuk mewujudkan laba target ini perusahaan harus mampu menghasilkan customer value. Dalam rangka *balance-score card*, kinerja finansial atau financial retur dapat tercapai, jika perusahaan mampu menghasilkan customer value atau menghasilkan produk yang mengandung nilai bagi customer.

2.2.4.3 Perubahan Laba

Perbandingan yang tepat atas pendapatan dan biaya tergambar dalam laporan laba rugi. Penyajian informasi laba melalui laporan tersebut merupakan fokus kinerja perusahaan yang penting, dibanding dengan pengukuran kinerja yang mendasarkan pada gambaran meningkatnya atau menurunnya modal bersih.

Informasi laba juga dapat digunakan untuk memprediksi perubahan laba dimasa mendatang. Perubahan laba dapat digunakan untuk menilai bagaimana kinerja suatu perusahaan. Menurut Stice (2004:225-226), indikator terbaik atas kinerja adalah laba. Jadi memahami laba, apa yang diukur oleh laba dan komponen-komponennya adalah penting untuk dapat memahami dan menginterpretasikan keadaan keuangan suatu perusahaan. Perubahan laba yang baik yaitu mengisyaratkan bahwa perusahaan mempunyai keuangan yang baik yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Perubahan laba merupakan kenaikan atau penurunan laba pertahun. Indikator perubahan laba yang digunakan dalam penelitian ini adalah laba sebelum pajak. Penggunaan laba sebelum pajak sebagai indikator perubahan laba dimaksudkan untuk menghindari pengaruh penggunaan tarif pajak yang berbeda antar periode yang dianalisis (Zainuddin dan Hartono, 2004).

2.2.4.4 Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Laba

Beberapa faktor yang mempengaruhi ketetapan prediksi perubahan laba menurut Harianto dan Sudomo (2001) sebagai berikut:

a. Periode waktu

Periode waktu adalah pembuatan peramalan perubahan laba dengan realisasi yang dicapai. Semakin pendek interval waktu, akan semakin akurat ramalan tersebut.

b. Besaran perusahaan

Hal ini disebabkan besaran perusahaan karena skala ekonomi yang berbeda-beda. Skala ekonomi yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat

menghasilkan produk dengan tingkat biaya rendah. Tingkat biaya rendah merupakan unsur untuk mencapai laba yang diinginkan sesuai standar yang dituangkan dalam bentuk ramalan. Sehubungan dengan itu, skala ekonomi yang tinggi menyebabkan biaya informasi untuk membuat ramalan menjadi turun, sehingga perusahaan yang mempunyai skala ekonomi yang tinggi bisa membuat ramalan yang tepat karena dimungkinkan mempunyai kemampuan tinggi untuk menjamin prospek bisnis dimasa yang akan datang, jumlah aset (sumber daya) yang besar bisa membuat manajemen dan semua komponen dalam perusahaan percaya diri dan bekerja lebih giat untuk mencapai laba yang diprediksikan. Kemudian besarnya modal yang dimiliki perusahaan juga dapat menentukan kelengkapan dan ketepatan informasi yang diperlukan untuk peramalan.

c. Umur perusahaan

Manajemen perusahaan yang relatif muda diperkirakan kurang berpengalaman sehingga tidak cukup mampu menentukan ketepatan ramalan perubahan laba.

d. Kredibilitas penjamin emisi

Penjamin emisi mempunyai peranan kunci dalam setiap emisi efek melalui pasar modal. Dengan demikian integritas penjamin emisi mempunyai hubungan positif dengan ketepatan informasi ramalan laba di dalam protestus. Penjamin emisi akan berhati-hati untuk menjaga kredibilitas karena penjamin emisi ingin memberikan hasil yang maksimal kepada para pemakai.

e. Integritas Auditor

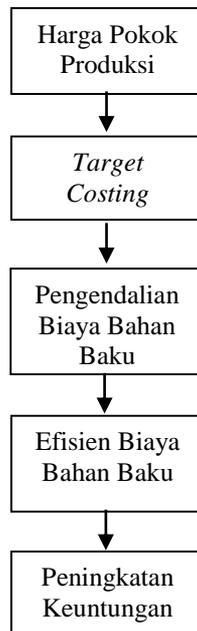
Faktor ini mempunyai dampak signifikan terhadap laporan keuangan, termasuk ramalan perubahan laba. Oleh karena itu auditor harus menjamin bahwa informasi keuangan yang disajikan telah sesuai dengan pedoman penyajian laporan keuangan.

f. Tingkat Leverage

Salah satu kewajiban manajer adalah mengatur resiko. Jadi manajer melakukan apa saja untuk mengurangi resiko Tingkat leverage merupakan salah satu hal yang mencerminkan resiko. Risiko tingkat leverage dapat tercermin dari likuiditas yang dimiliki. Jadi manajer memperhatikan aspek ini dalam melakukan peramalan laba.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konsep ini merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Adapun masalah-masalah yang dianggap penting dalam penelitian ini adalah penerapan metode target costing dapat mengendalikan biaya produksi. Berdasarkan uraian di atas, gambaran menyeluruh penelitian ini yang mengangkat penelitian mengenai penerapan metode target costing dalam upaya pengendalian biaya servis atau biaya produksi. Berikut ini disajikan kerangka konsep tentang pengelolaan produksi terhadap perhitungan pendapatan dan laba kontribusi.



Sumber : Peneliti (2021)

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual

2.4 Reasearh Question

2.4.1 Main Research Question

Main Research Question yang digunakan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana target costing dapat dijadikan alat dalam mempengaruhi laba perusahaan pada CV. Budi Utama?”

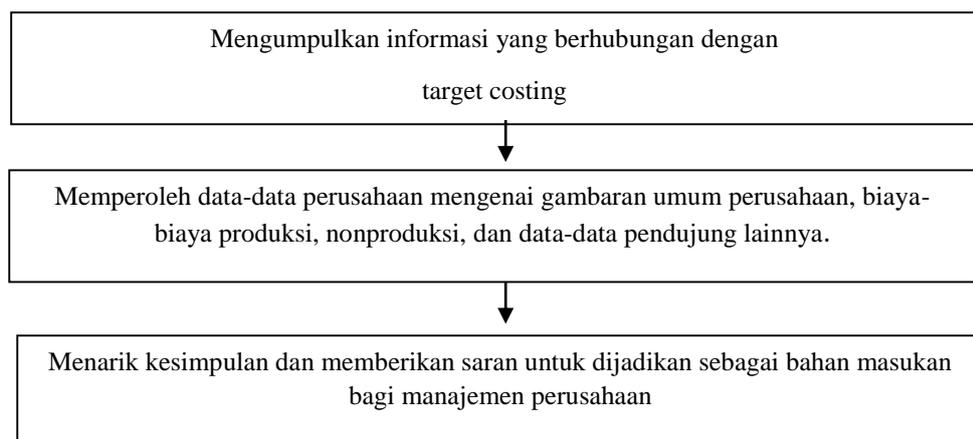
2.4.2 Mini Reasearch Question

Mini Research Question yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Bagaimana peran target costing dalam CV. Budi Utama?
- b. Apa saja hambatan dalam menerapkan target costing?
- c. Bagaimana keuntungan menggunakan metode target costing?

2.4.3 Model Analisis

Data dalam penelitian ini berupa sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan informasi lain yang relevan dengan peneliti. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :



Sumber : Olahan Peneliti (2021)

Gambar 2.3
Bagan Model Analisis

2.5 Desain Studi Kualitatif

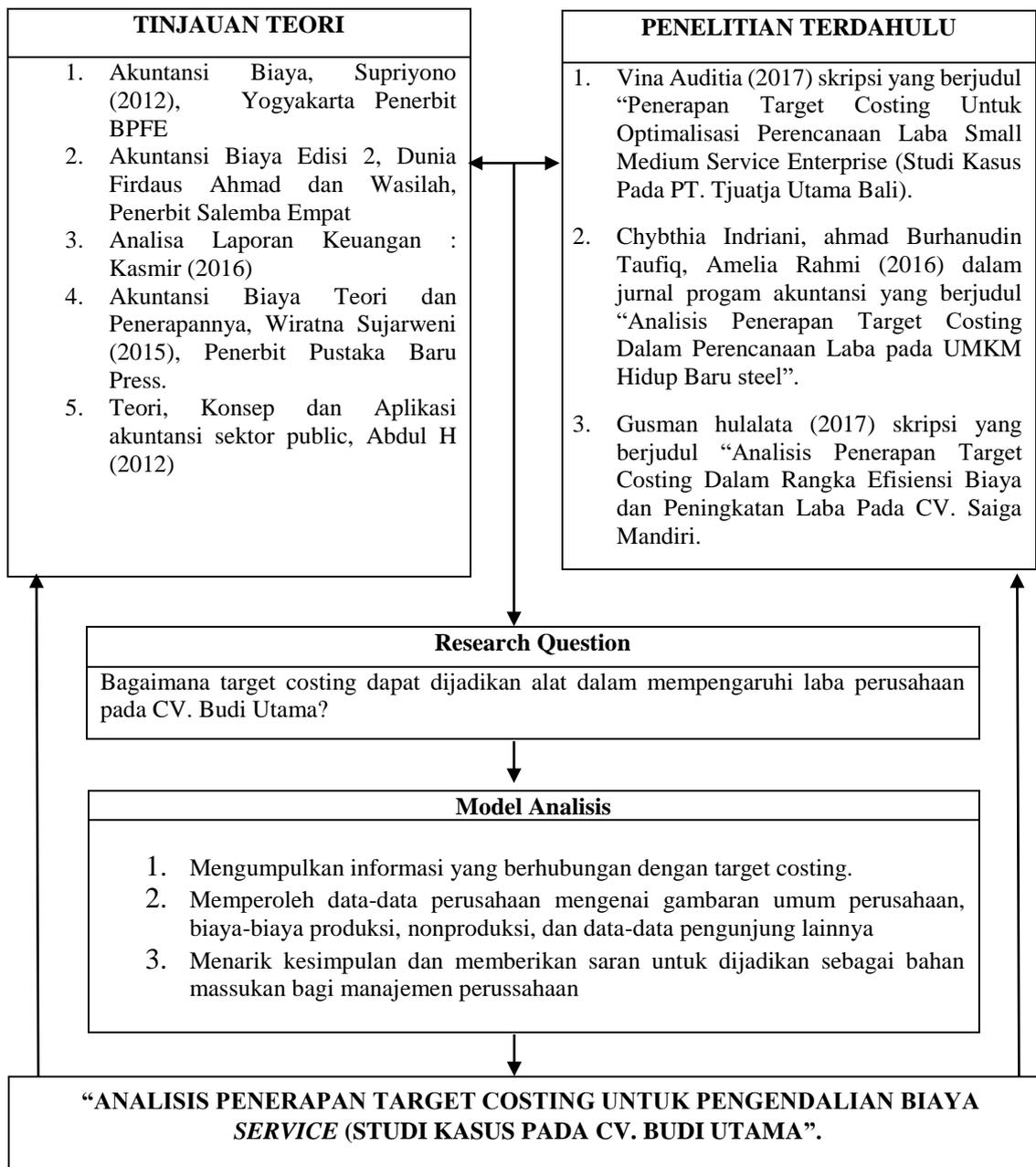
Tabel 2.2
Studi Kasus (CV. Budi Utama)

<i>Research Question</i>	Sumber, metode, pengumpulan dan analisis data	Aspek-aspek praktis (dilaksanakan dilapangan)	Justifikasi
<p>Main Research Question : Bagaimana target costing dapat dijadikan alat dalam mempengaruhi laba perusahaan pada CV. Budi Utama</p> <p>Mini Research Question:</p> <p>1. Bagaimana peran target costing dalam CV. Budi Utama?</p> <p>2. Apa saja hambatan dalam menerapkan target costing?</p> <p>3. Bagaimana keuntungan menggunakan metode target costing?</p>	<p>Data Perusahaan :</p> <p>a. Interview :</p> <p>1. Pemimpin</p> <p>2. Satu karyawan selaku bagian keuangan</p> <p>Data Skunder :</p> <p>1. Analisis dokumen sumber-sumber tertulis tentang aktivitas perusahaan.</p> <p>2. Data yang diperoleh berupa laporan-laporan</p> <p>3. Informasi dalam dokumentasi yang bersumber dari perusahaan CV. Budi Utama.</p>	<p>a. Mendapat akses melalui kenalan, kolega dan keluarga.</p> <p>b. Interview dilakukan secara tatap muka dan menggunakan telekomunikasi modern, diawali dengan percakapan tidak teratur.</p> <p>c. interview dilakukan dengan beberapa karyawan perusahaan yang berhubungan dengan laporan keuangan.</p>	<p>Pemimpin dan bagian keuangan merupakan pemain utama dalam perusahaan.</p> <p>Konsultan keuangan bertugas sebagai informasi tentang sistem keuangan sebelumnya.</p> <p>Metode wawancara bertujuan untuk membuat peneliti lebih sensitive terhadap isu-isu penting dan untuk membantu mengidentifikasi konsep awal yang perlu dikembangkan lebih jauh dalam wawancara.</p>

Sumber : Peneliti 2021

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Proses Berpikir



Sumber : Peneliti (2021)

Gambar 3.1
Kerangka Proses Berfikir

3.3 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang berjenis studi kasus. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan melakukan analisis dengan awalan pengumpulan data-data yang kemudian diproses sedemikian rupa sehingga menjadi data yang diperoleh menjadi lebih sederhana. Menurut Sugiyono (2017:8) Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian kualitatif yang sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Sedangkan metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2017:59) mengatakan bahwa deskriptif kualitatif adalah penelitian yang melukiskan, menggambarkan, atau memaparkan keadaan objek yang diteliti sebagai apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan.

3.3.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2017:193) sumber data dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Data Primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data yang diambil secara langsung dari objek yang

diteliti, yaitu pencatatan keuangan pada CV. Budi Utama, serta wawancara langsung kepada pihak yang berwenang di perusahaan.

2. Data Skunder yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Dalam penelitian ini, data skunder yang digunakan adalah informasi dalam bentuk dokumentasi yang bersumber dari perusahaan dan data yang diperoleh berupa laporan-laporan.

3.4 Batasan dan Asumsi Penelitian

3.4.1 Batasan Penelitian

Mengingat aspek dalam materi ini sangat luas agar pembahasan tidak menyimpang, maka penulis perlu memberikan batasan penelitian. Batasan penelitian tersebut berupa, antara lain :

- a. Subjek penelitian : dilakukan pada satu perusahaan yaitu CV. Budi Utama
- b. Objek Penelitian : Untuk mengetahui pengaruh laba perusahaan terhadap penerapan target costing

Dalam permasalahan ini membahas tentang bagaimana efisiensi laba perusahaan sebelum dan sesudah menerapkan target costing.

3.4.2 Asumsi Penelitian

Asumsi dari penelitian ini adalah perana target costing dalam menunjang efisiensi laba sangat penting untuk sebuah perusahaan jasa. Maka dari itu dilakukannya penelitian ini untuk menganalisis bagaimana pengaruh laba perusahaan jika menerapkan target costing.

3.5 Unit Analisis

Berdasarkan Hamidi (2005) unit analisis adalah satuan yang diteliti berupa individu, kelompok, benda, atau sesuatu latar peristiwa sosial seperti aktivitas individual atau kelompok sebagai subjek penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah :

- a. Pemimpin perusahaan CV. Budi Utama
- b. Karyawan bagian keuangan yang menunjang jalannya penelitian
- c. Dokumen-dokumen yang ada pada CV. Budi Utama seperti, harga produksi per item, pendapatan yang diperoleh dan kendala-kendala keuangan yang pernah terjadi.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab (sugiyono, 2017:231). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan Tanya jawab secara langsung dengan pihak perusahaan CV. Budi Utama.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya (Jogiyanto, 2013:109). Dalam penelitian ini, observasi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data secara langsung pada objek yang diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bias berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiono, 2017:240). Dalam penelitian ini, metode dokumentasi yang dilakukan dengan mengambil data pada CV. Budi Utama.

3.7 Teknik Analisi Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif menjadi jenis penelitian yang dipilih oleh peneliti dalam pembuatan penelitian ini yang bertujuan untuk mengumpulkan segala informasi secara aktual dan terinci yang kemudian membandingkan antara konsep dasar, teori atau arsip mengenai penerapan metode target costing dan kemudian ditarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini dititik beratkan pada biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi/*service* sepeda motor. Data yang diperlukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Gambaran umum perusahaan dari CV. Budi Utama
2. Struktur organisasi perusahaan dari CV. Budi Utama
3. Proses *service* pada sepeda motor

Dalam sebuah penelitian alat analisis dan pengujian hipotesis sangat penting agar permasalahan yang dihadapi dapat diukur dan dipecahkan begitu pula dalam penelitian ini. Sehubungan dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian yaitu, Bagaimana pengendalian biaya *service* melalui penerapan target costing dapat mempengaruhi laba perusahaan CV. Budi Utama?. Maka untuk menganalisisnya, penulis menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Dengan Klarifikasi sebagai berikut :

- a. Harga Jual target : Harga jual produk yang dapat diterima konsumen. Harga ini didapatkan oleh manajemen berdasarkan hasil analisis pasar.
- b. Laba Target : Profit yang diinginkan perusahaan, manajemen biasanya menentukan profit berdasarkan atas harapan tingkat pengembalian atas modal yang ditanam perusahaan tersebut dalam pertimbangan kondisi ekonomi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

CV. Budi Utama Surabaya adalah usaha yang bergerak dibidang jasa service sepeda motor. Usaha ini didirikan pada tahun 1995. Cv. Budi Utama Surabaya beroperasi selama 8 jam dimulai dari jam 8.00-17.00. CV. Budi Utama Surabaya memiliki 7 orang mekanik. Proses produksi CV. Budi Utama Surabaya biasanya dalam satu bulan bisa mencapai 600-700 pengerjaan untuk service motor.

Dengan banyaknya pesaing yang semakin meningkat di era sekarang maka CV. Budi Utama sendiri berupaya selalu meningkatkan pelayanan yang semaksimal mungkin, melakukan promosi-promosi yang luas dan harga yang seefektif mungkin tetapi tetap memuaskan pelanggannya. CV. Budi Utama sendiri memiliki lokasi yang strategis berada disebelah jalan raya yang dengan mudah terlihat oleh konsumen dan juga memiliki tempat yang luas sehingga membuat pelanggannya merasa nyaman.

Untuk system pembayaran gaji yang diberikan kepada karyawan, perusahaan membayar karyawan dengan gaji perbulan seperti perusahaan umum lainnya. Hingga pencatatan pengeluaran dan sebagainya juga dilakukan pencatan perbulan, sehingga perusahaan dapat mengetahui laba kotor dan laba bersih setiap bulannya. Apabila ditelusuri tiap tahunnya, perusahaan ini mengalami kendala pada laba bersih yang mengalami naik turun yang kurang efektif, dimana biaya produksi lebih besar dari harga jual. Pada kasus ini, peneliti akan menerapkan metode target

costing pada CV. Budi Utama yang diprediksi dapat menjadi metode yang tepat untuk membantu mengatasi masalah dalam mengendalikan biaya produksi yang sedang dialami oleh CV. Budi Utama, dalam penggunaan metode target costing akan ditekankan untuk mengurangi biaya produksi. Melalui target costing yang 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. Seiring berjalannya usaha tersebut, pemilik terus mengupayakan perbaikan kualitas, pelayanan yang ramah, tempat yang nyaman, segala upaya dilakukan agar dapat mendapat kepercayaan lebih dari para pelanggan dan kepuasan pelanggan tetap terjaga.

4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Visi : Memimpin pangsa pasar sepeda motor di Indonesia dengan merealisasikan impian pelanggan, menciptakan kegembiraan dan berkontribusi terhadap masyarakat Indonesia.

Misi : Menciptakan solusi mobilitas bagi masyarakat Indonesia dengan produk dan layanan terbaik.

4.1.2 Struktur Oraganisasi



Sumber : Peneliti (2021)

Gambar 4.1
Struktur Organisasi CV. Budi Utama

4.1.3 Uraian Tugas

1. Kepala Bengkel.
 - a. Sebagai pimpinan tertinggi yang bertanggung jawab atas kelancaran dan pelaksanaan kegiatan perusahaan, mengkoordinir serta membimbing kegiatan perusahaan sehari-hari.
 - b. Mempertanggungjawabkan semua kewajiban yang menyangkut rugi laba perusahaan, produksi, keuangan dan pemasaran.
 - c. Mengadakan rapat dan mengambil keputusan
2. Service Advisor
 - a. Menganalisa kerusakan atau keluhan konsumen
 - b. Mempertanggungjawabkan semua kewajiban yang menyangkut rugi laba perusahaan, produksi, keuangan dan pemasaran..
 - c. Mengecek ulang pekerjaan yang telah di kerjakan oleh mekanik.
 - d. Mengatur dan memimpin pekerjaan mekanik.
 - e. Mengawasi jalannya bengkel baik dari segi manajemen maupun dari segi kualitas mekanik.
 - f. Terjun langsung ke lapangan ketika terjadi ketidakpuasan kepada konsumen.
3. Mekanik
 - a. Merawat dan memperbaiki sepeda motor Customer yang masuk ke bengkel.
 - b. Memberikan kualitas terbaik dalam melakukan service motor.

- c. Memberikan penjelasan kepada customer tentang kerusakan-kerusakan yang terjadi pada sepeda motor konsumen.

4.2 Data dan Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Data Penelitian

Jenis-jenis biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan yaitu meliputi, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik, serta biaya nonproduksi perusahaan yang terdiri dari biaya administrasi, biaya pemasaran.

4.2.1.1 Biaya Bahan Baku Langsung

Tabel 4.1
Biaya Bahan Baku Langsung CV. Budi Utama

Nama Bahan Baku	Harga Bahan Baku (Rp)	Banyaknya service perbulan	Jumlah (Rp)
Oli	50.000	400	20.000.000
Ban	80.000	150	12.000.000
Kampas Rem	45.000	100	4.500.000
Total Biaya Bahan Baku		650	37.500.000

Sumber : Hasil wawancara

Keterangan :

Dengan demikian dapat diketahui bahwa biaya bahan baku untuk jasa service selama satu bulan adalah sebesar Rp. 20.000.000 untuk harga oli, Rp. 12.000.000 untuk harga ban, Rp. 4.500.000 untuk harga kampas rem.

4.2.1.2 Biaya tenaga kerja langsung

Pada penelitian ini, peneliti memperhitungkan besarnya biaya dalam satu bulan. Biaya tenaga kerja yang dibayarkan oleh CV. Budi Utama untuk mekanik tergantung jumlah sepeda motor yang dikerjakan,.

Tabel 4.2
Data Biaya Tenaga Kerja Mekanik CV. Budi Utama

Pengerjaan Service	Banyaknya	Harga Jasa (Rp)	Jumlah (Rp)
Service ganti oli	400	5.000	2.000.000
Service ban	150	10.000	1.500.000
Service kampas rem	100	10.000	1.000.000
Total Biaya Tenaga Kerja Mekanik			4.500.000

Sumber : Hasil wawancara

Keterangan :

Data tersebut adalah data dalam satu bulan untuk mekanik, setiap mekanik mendapatkan hasil tiap apa yang sudah dikerjakannya atau apa yang mereka service.

4.2.1.3 Biaya Overhead pabrik

Tabel 4.3
Biaya overhead pabrik CV. Budi U-tama

NO	Uraian	(Rp)
3	Biaya pemeliharaan mesin dan pabrik	5.000.000
4	Biaya listrik, telepon, air	2.000.000
5	Biaya penyusutan gedung	2.000.000
6	Biaya penyusutan peralatan dan mesin	2.000.000
Total biaya overhead pabrik		11.000.000

Sumber : Hasil Wawancara

Keterangan : Data tersebut adalah data dalam satu bulan.

4.1.2.4 Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperlancar aktivitas dalam mengelola perusahaan. Pada CV. Budi Utama biaya pemasaran terdiri atas biaya penjualan dan biaya administrasi.

Tabel 4.4
Alokasi Biaya Penjualan dan Administrasi
CV. Budi Utama

Jenis Biaya Pemasaran	Besarnya Biaya Pemasaran (Rp)
Biaya Penjualan	2.000.000
Biaya Administrasi/Umum	3.000.000
Total	5.000.000

Sumber : Hasil Wawancara

Keterangan : Data tersebut adalah data dalam satu bulan

Berdasarkan tabel yang sudah dijelaskan di atas, terlebih dahulu akan disajikan rata-rata volume penjualan CV. Budi Utama, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.5
Data Perincian Penjualan Dalam Satu Bulan CV. Budi Utama

Data Mingguan	Penjualan CV. Budi Utama
Service Oli	400
Service Ban	150
Service Kampas Rem	100
Total Penjualan	650

Sumber : Hasil Wawancara

4.2.1.5 Biaya Produksi

Perhitungan biaya produksi CV. Budi Utama masih menggunakan metode yang sederhana atau bisa disebut juga dengan metode tradisional dalam menentukan harga jasa yang diterapkannya.

Tabel 4.6
Biaya Produksi CV. Budi Utama

Uraian	(Rp)
Biaya Bahan Baku	37.500.000
Biaya tenaga kerja langsung	4.500.000
Biaya overhead pabrik	11.000.000
Total Harga Pokok Produksi	53.000.000

Sumber : Hasil Peneliti 2021

4.2.1.6 Laba Rugi CV. Budi Utama

Tabel 4.7
Laporan Laba Rugi CV Budi Utama

	(Rp)
Pendapatan	70.000.000
Harga Pokok Produksi	<u>53.000.000</u>
Laba kotor atas penjualan	17.000.000
Beban Usaha	<u>5.000.000</u>
Laba Bersih	12.000.000

Sumber : Hasil Peneliti (2021)

Keterangan : Data tersebut adalah data dalam satu bulan

4.3 Analisis Hasil Peneliti

Tahap-tahap berikutnya yaitu bagaimana menguraikan proses penerapan metode target costing pada CV. Budi Utama. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, penerapan metode target costing dilakukan sebagai berikut :

4.3.1 Penerapan Target Costing pada CV. Budi Utama

Berdasarkan peneliti-peneliti yang pernah dilakukan sebelumnya, dapat dikatakan bahwa target costing dapat digunakan sebagai penentuan harga jual yang berorientasi pada pengurangan biaya produksi. Pada tahap ini, peneliti akan menganalisis bagaimana proses penerapan target costing yang bisa diterapkan pada CV. Budi Utama Surabaya. Berikut tahap-tahapan untuk mencapai tujuan dalam penerapan metode target costing :

- a. Menentukan target harga jual produk dengan melihat harga pasar
- b. Menentukan target laba per unit produksi yang diharapkan perusahaan
- c. Menentukan besarnya target costing
- d. Menentukan dan menghitung jumlah biaya produksi seperti biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik.

4.3.2 Analisa Harga Pasar

Analisa harga dilakukan untuk mengetahui daya saing yang dimiliki oleh CV. Budi Utama. Perbandingan harga jasa service CV. Budi Utama dengan perusahaan bengkel lainnya tidak mempunyai perbedaan yang signifikan, perbedaan diantaranya hanya kisaran 10% sampai dengan 15% dengan harga yang dipaparkan.

4.3.3 Menentukan Laba Yang Diharapkan

Target laba yang diharapkan dari CV. Budi Utama adalah 30% dari harga jual per jasa service, Namun CV. Budi Utama masih mengalami kesulitan untuk mencapai biaya yang ditargetkan dikarenakan pengelola kurang mempertimbangkan

biaya-biaya produksinya. Selain itu juga dengan bertambah banyaknya pesaing baru.

4.3.4 Perhitungan Harga Jual Dengan Metode Target Costing

Pelaksanaan kegiatan produksi diarahkan untuk dapat meningkatkan laba guna menunjang kelangsungan hidup suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam kegiatan produksi bagi setiap perusahaan diperlukan adanya efisiensi dalam penggunaan biaya produksi. Salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam mengoptimalkan laba adalah penerapan *target costing*, dimana *target costing* dapat ditetapkan sebagai alat penentuan harga pokok produksi dan dapat dijadikan sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan bisa tercapai. Dalam hal ini perusahaan mengharapkan peningkatan laba sebesar 30% dari laba sebelumnya. Target Costing dapat didefinisikan suatu system dimana penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan, atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya. Sehingga berdasarkan uraian tersebut maka target costing dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$TC = P - M$$

Keterangan : TC = Target cost (Target Biaya)

P = Harga Jual

M = Laba

Maka :

$$TC = 70.000.000 - (30\% \times 70.000.000)$$

$$TC = 70.000.000 - 21.000.000$$

$$TC = 49.000.000$$

4.3.5 Melakukan Rekayasa Nilai (*Value Engineering*)

Pada tahap ini, penulis akan melakukan efisiensi biaya agar dapat memenuhi target cost yang sesuai dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan CV. Budi Utama. Oleh karena itu, penulis memberikan alternatif yang bisa digunakan dalam mengambil kebijakan yang dapat dijadikan sebagai alat untuk mencapai efisiensi biaya adalah dengan melakukan beberapa hal berikut :

- a. Bahan baku CV. Budi Utama diperoleh dari supplier pemasok bahan baku sparepart dari daerah sekitar. Penulis menyarankan agar perusahaan membeli bahan baku yang harganya dibawah harga bahan baku sebelumnya namun tanpa mengurangi kualitas barang. Sesuai apa yang sudah diteliti peneliti, bahwa ada banyak supplier menjual bahan baku dengan harga yang rendah namun kualitas tetap sama.
- b. Dalam perusahaan jasa, hal yang utama adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan ramah. Namun, harga yang terjangkau juga menjadi pilahan masyarakat dikalangan saat ini.

Berikut perhitungan alternatif yang diterapkan peneliti.

1. Biaya Bahan Baku Langsung

Tabel 4.8
Biaya Bahan Baku Langsung CV. Budi Utama

Nama Bahan Baku	Harga Bahan Baku (Rp)	Banyaknya service perbulan	Jumlah (Rp)
Oli	45.000	400	18.000.000
Ban	80.000	150	12.000.000
Kampas Rem	45.000	100	4.500.000
Total Biaya Bahan Baku			34.500.000

Sumber : Hasil olahan peneliti (2021)

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah biaya bahan baku langsung yang dikeluarkan telah mengalami perubahan sebesar Rp.3.000.000,- yaitu dari Rp.37.500.000,- menjadi Rp. 34.500.000,- dalam sekali produksi.

2. Biaya Tenaga Kerja

Tabel 4.9
Data Biaya Tenaga Kerja CV. Budi Utama

Pengerjaan Service	Banyaknya	Harga Jasa (Rp)	Jumlah (Rp)
Service ganti oli	400	5.000	2.000.000
Service ban	150	10.000	1.500.000
Service kampas rem	100	10.000	1.000.000
Total Biaya Tenaga Kerja Mekanik			4.500.000

Sumber : Hasil wawancara

3. Biaya Overhead Pabrik

Tabel 4.10
Biaya overhead pabrik CV. Budi U-tama

NO	Uraian	(Rp)
3	Biaya pemeliharaan mesin dan pabrik	5.000.000
4	Biaya listrik, telepon, air	2.000.000
5	Biaya penyusutan gedung	2.000.000
6	Biaya penyusutan peralatan dan mesin	2.000.000
Total biaya overhead pabrik		11.000.000

Sumber : Hasil Wawancara

4. Biaya Produksi

Tabel 4.11
Biaya Produksi CV. Budi Utama

Uraian	(Rp)
Biaya Bahan Baku	34.500.000
Biaya tenaga kerja langsung	4.500.000
Biaya overhead pabrik	11.000.000
Total Harga Pokok Produksi	50.000.000

Sumber: Hasil olahan peneliti (2021)

Sesuai dengan uraian biaya produksi setelah dilakukan rekayasa nilai, maka CV. Budi Utama untuk jasa service selama satu bulan mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp.50.000.000,-. Berbeda jika pengelola usaha tersebut masih menggunakan metode tradisional. Berikut ini perbedaan rincian biaya produksi antara metode tradisional dan target costing :

Tabel 4.12
Selisih biaya produksi metode target costing dan tradisional
CV. Budi Utama per satu bulan

Keterangan	Metode		Selisih (Rp)
	Tradisional (Rp)	Target Costing (Rp)	
Biaya Bahan Baku	37.500.000	34.500.000	3.000.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	4.500.000	4.500.000	0
Biaya Overhead Pabrik	11.000.000	11.000.000	0
Jumlah	53.000.000	50.000.000	3.000.000

Sumber : Hasil olahan peneliti (2021)

Perbandingan antara perhitungan Biaya Produksi menggunakan metode tradisional dengan perhitungan Biaya Produksi menggunakan Target Costing menunjukkan bahwa terdapat selisih sebesar Rp 3.000.000,- dimana metode target costing terbukti lebih menguntungkan jika diterapkan dalam perhitungan biaya produksi. Selisih tersebut juga pastinya akan berpengaruh pula pada laba-rugi yang diperoleh CV. Budi Utama tersebut.

4.3.6 Perana Target costing untuk meningkatkan laba produksi pada CV. Budi Utama

Target costing sangat berperan dalam meningkatkan laba produksi pada CV. Budi Utama. Berikut adalah uraian selisih laba-rugi yang diperoleh CV. Budi Utama sebelum dan sesudah menerapkan target costing :

Tabel 4.13
Perbandingan Laba Rugi Sebelum dan Sesudah Target Costing
CV. Budi Utama

Laporan Laba Rugi CV. Budi Utama		
	Sebelum Target Costing (Rp)	Sesudah Target Costing (Rp)
Pendapatan	70.000.000	70.000.000
Harga Pokok Produksi	53.000.000	50.000.000
Laba Kotor Atas Penjualan	17.000.000	20.000.000
Beban Usaha	5.000.000	5.000.000
Laba Bersih	12.000.000	15.000.000

Sumber : Hasil Olahan peneliti (2021)

Hasil perbandingan laba setelah melakukan rekayasa nilai (Value Engineering) menunjukkan bahwa, pengelola CV. Budi Utama dapat melakukan perencanaan ulang dalam pengeluaran biaya mulai dari mengidentifikasi desain biaya produk yang dapat diminimalisir sampai dengan memberi alternatif untuk pengeluaran biaya produk yang lebih rendah (value engineering), sehingga dapat digunakan oleh pengelola usaha sebagai sarana dalam mencapai laba yang diinginkan. Penegelola CV. Budi Utama dapat melakukan efisiensi biaya produksi sebesar Rp 3.000.000,- jika pengelola usaha menggunakan metode target costing. Sebelum menggunakan target costing perusahaan tersebut membutuhkan biaya sebesar Rp. 53.000.000,- untuk satu bulan pengerjaan jasa service dan setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan metode target costing pengelola CV. Budi Utama mampu meminimalisir biaya produksinya menjadi Rp. 50.000.000,- . Dengan metode target costing perusahaan akan dapat lebih mudah untuk mencapai laba yang ditargetkan yaitu sebesar 30% dari setiap penjualannya yang sebelumnya.

4.4 Interpretasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penerapan target costing dapat dijadikan sebagai alat bantu untuk mencapai target laba perusahaan, dan dari rumusan masalah pada bab sebelumnya maka dapat dijelaskan bahwa apakah penerapan Metode target costing dapat dijadikan sebagai system pengendali biaya produksi pada jasa service CV. Budi Utama.

Dapat dilihat pada macam-macam tabel, telah dilampirkan besarnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Dimana masing-masing biaya tersebut dibagi dengan total produksi masing-masing dengan tujuan untuk mendapatkan besarnya biaya.

Dari hasil perbandingan antara biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan dengan biaya menurut metode penggunaan target costing, sebelumnya perlu diketahui bahwa target keuntungan perusahaan sebesar 30%, sedangkan menurut perusahaan biaya yang dikeluarkan selalu tidak memenuhi target perusahaan.

Dapat dilihat dari total biaya produksi perusahaan bahwa besarnya biaya selama satu bulan sebesar Rp. 53.000.000, sedangkan menurut target costing sebesar Rp. 50.000.000. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa penerapan target costing dapat dijadikan alat bagi CV. Budi Utama dalam pengendalian biaya produksi sehingga mencapai target laba yang diinginkan.

Hasil penelitian diatas menunjukkan dimana peneliti mengemukakan keberhasilan metode target costing dalam upaya penurunan biaya perusahaan dengan menggunakan analisis *value engineering* atau rekayasa nilai produk pada

tahap desain yang sangat menentu karna sebagian besar biaya produk ditentukan pada tahap desain.

Kalkulasi biaya-biaya pada sub-bab sebelumnya merupakan gambaran atau deskripsi dari penerapan metode target costing sebagai alternatif yang penulis rekomendasikan kepada perusahaan agar dapat menekan biaya produksinya guna mendapatkan keuntungan sesuai dengan target laba yang diinginkan perusahaan, jika perusahaan ingin mendapatkan keuntungan maksimum perusahaan perlu mengaplikasikan metode tersebut, namun semua keputusan adalah hak dari kepala perusahaan untuk menerapkan metode apa yang harus digunakannya agar perusahaan dapat mendapatkan keuntungan yang maksimal. 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. Pada rencana dan kebijakan perusahaan sebelumnya yang sifatnya masih sederhana dan tidak terdapat perencanaan manajemen yang baik untuk mengendalikan biaya yang seharusnya dikeluarkan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dalam menerapkan metode target costing pihak CV. Budi Utama 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.

BAB V

Penutup

5.1 Kesimpulan

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

Hasil analisis menunjukkan bahwa biaya produksi menurut perusahaan sebesar Rp. 53.000.000 sedangkan menurut target costing sebesar Rp. 50.000.000. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut sebelum menggunakan penerapan target costing, perusahaan menunjukkan bahwa laba yang diperoleh masih belum efisien. Maka, penerapan metode target costing pada CV. Budi Utama dapat berperan sebagai alat pengendalian biaya produksi. Hal ini ditunjukkan dengan penurunan harga pokok produksi sebesar Rp. 3.000.000. Penurunan biaya itu tidak mengubah kualitas hasil produksi dan memungkinkan peningkatan laba yang optimal dengan tetap mengacu pada harga jual kompetitif dipasar.

5.2 Saran

- A. Saran untuk pemilik usaha untuk menggunakan target costing yang dapat mempengaruhi laba perusahaan, maka disarankan untuk mengontrol penggunaan bahan baku dan bahan baku pendukung lainnya dalam proses jasa yang dilakukan. Ini dilakukan untuk menghindari bahan baku dan pendukung yang terbuang percuma.
- B. Saran untuk peneliti selanjutnya 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 akurat dalam mendapatkan hasil penelitian dari target costing secara lebih mendalam.

Daftar Pustaka

- Adharawatin2010, Penerapan akuntansi pertanggungjawaban dengan anggaran sebagai alat pengendalian biaya (Studi kasus PT. Penli kantor cabang Makassar), *Skripsi*, Universitas Diponegoro.
- Agustia dan Vita 2014, Analisis rasio keuangan untuk memprediksi pertumbuhan laba perusahaan manufaktur yang terdaftar pada bursa efek Indonesia, *Skripsi*, Universitas Lampung.
- Alimuddin 2012. Analisis pendekatan target costing sebagai alat penilaian efisiensi produksi semen tonasa kabupaten pangkep, *Skripsi*, Universitas Hasanuddin Makassar.
- Apriyanti 2014, Penerapan metode target costing dalam perhitungan harga pokok produksi PT. Semen Gresik (Persero), *Skripsi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya.
- Abdul 2012, Teori, konsep dan aplikasi akuntansi sektor publik.
- Auditia 2017, Penerapan Target costing untuk optimalisasi perencanaan laba *small medium service enterprice* (Studi kasus pada PT. Tjuatja Utama Bali), *Skripsi*, Unniversitas Airlangga Surabaya.
- Ahmad dan Wasilah, Akuntansi biaya edisi 2, Penerbit salemba empat.
- Bustami, Bastian dan Nurlela 2012, Manajemen biaya, edisi 4, salemba empat, Jakarta.
- Cphynthia 2016. Analisis penerapan target costing dalam perencanaan biaya produksi untuk peningkatan laba pada UKM Hidup baru Steel, *Skripsi*, Unniversitas Pakuan, Bogor.
- Gusman 2017 Analisis penerapan target costing dalam rangka efisiensi biaya dan peningkatan laba pada CV. Saiga Mandiri, *Skripsi*, Unniversitas Negeri Gorontalo.
- Heri 2013, Penerapan target costing dalam upaya pengurangan biaya produksi untuk peningkatan laba perusahaan, *Skripsi*, Unniversitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Kasmir 2016, Analisa laporan keuangan.
- Krismiaji 2011, Akuntansi manajemen, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Longdong dan Febriana 2016, Penerapan target costing dalam perencanaan biaya produksi pada CV. Sinar Mandiri, *Jurnal*, EMBA Vol. 4 No. 1.
- Malue 2013, Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada PT. Celebes Mina Pratama, *Jurnal*, Manado, Universitas Sam Ratulangi.

- Novieanti dan Alimuddin 2012, Analisis pendekatan target costing sebagai alat penilaian efisiensi produksi semen pada PT. Semen Tonasac di Kabupaten Pangkep, *Skripsi*, Universitas Hasanuddin.
- 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.
- Paulus 2013, Pendekatan target costing sebagai alat penilaian efisiensi produksi pada PT. Topica Coco Pima, *Jurnal Akuntansi*, Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Rudianto 2013, Akuntansi manajemen informasi untuk pengambilan keputusan strategis, Erlangga, Jakarta.
- Supriyono 2012, Akuntansi biaya, Penerbit BPF, Yogyakarta.
- Supriyadi. 2013, Strategi Belajar Mengajar, Jaya Ilmu, Yogyakarta.
- Sucipto 2004, Penerapan Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan, *Jurnal Akuntansi*, Sumatera Utara : Universitas Sumantera Utara.
- Sugiyono 2012, Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&B, Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni 2015, Akuntansi biaya teori dan penerapannya, Penerbit pustaka baru press.

Lampiran 1 Dokumentasi



