

## **PENDEKATAN *TARGET COSTING* SEBAGAI ALAT PENILAIAN EFISIENSI PRODUKSI PADA UD. CINTA KASIH**

*TARGET COSTING APPROACH AS A TOOL OF OF ASSESSMENT OF EFFICIENCY OF PRODUCTION AT UD. CINTA KASIH*

**Sumangkut Garry Gregory<sup>1</sup>, Jantje Tinangon<sup>2</sup>, Victorina Tirayoh<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Sam Ratulangi, , Manado 95115, Indonesia

Email : [garrysumangkut@gmail.com](mailto:garrysumangkut@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Dewasa ini persaingan bisnis semakin kompetitif. Akuntan manajemen perlu memahami dan mengikuti setiap aktivitas dari masing-masing fungsi manajemen dalam perusahaan, salah satunya adalah berkaitan dengan penentuan harga jual agar dapat membantu para pimpinan perusahaan dalam pembuatan keputusan. Hal ini perlu diperhatikan karena dengan adanya persaingan yang semakin ketat dan kompetitif sehingga membuat penetapan harga jual produk bukan hal gampang. Harga jual kerap ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar digunakan untuk menentukan target biaya yang diselaraskan dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan dalam produksi yang dikenal dengan masalah *target costing*. *Target costing* merupakan penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk dan kemudian merancang prototipe yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditetapkan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa bagaimana pendekatan *target costing* dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi dalam proses produksi pada UD. Cinta Kasih. UD. Cinta Kasih adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner dan beralamat di Perumahan Manado Griya Indah Blok B67 Kairagi, Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah metode komparatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan belum dapat memaksimalkan laba yang diharapkan, dikarenakan biaya – biaya yang dikeluarkan terlalu besar. Dengan adanya *target costing* perusahaan dapat memaksimalkan laba dengan cara meminimalkan biaya – biaya.

**Kata kunci :** *target costing, efisiensi produksi*

### **ABSTRACT**

*At this time the competition in business is more competitive. Management accountants need to understand and follow every activity of their respective management function in the company, one of which is related to the determination of selling price in order to help the company leaders in decision-making. This is noteworthy because the competition in business is getting tight and more competitive, it makes the determination of selling price isn't easy. The selling price is often determined by the market, so the market is used to determine the cost targets that are aligned with costs that have been incurred in the production of which is known as the problem of target costing. Target costing is the determination of the maximum permissible cost for the manufacture of a product and then design a profitable prototype with a maximum cost constraints that have been defined. The purpose of this research to analyze how to approach the target costing that can be used as an assessment tool of efficiency in the production process at UD. Cinta Kasih. UD. Cinta Kasih is kind of culinary business that located in Manado Griya Indah Blok B67 Kairagi Manado. The research used comparative method. The result showed that the company has not been able to maximize the target profit because of the cost is too much. With the target costing companies can maximize the profit by minimizing the cost.*

**Keywords :** *target costing, efficiency production*

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pada saat ini persaingan bisnis semakin kompetitif. Secara umum setidaknya ada empat tingkat persaingan bisnis yang terjadi yaitu: *pertama*, persaingan merek, ini terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa yang serupa pada pelanggan yang sama dengan harga yang sama. *Kedua*, persaingan industri, hal ini terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang membuat produk atau kelas produk yang sama. *Ketiga*, persaingan bentuk, ini terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang memproduksi produk yang memberikan jasa yang sama. *Keempat*, persaingan generik, ini terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan nilai uang dari konsumen yang sama. Oleh sebab itu setiap badan usaha dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

*Target costing* merupakan penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk dan kemudian merancang prototipe yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditetapkan. Manfaat utama *target costing* adalah penetapan harga pokok produk sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan menerapkan *target costing* adalah untuk menentukan harga pokok produk sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan oleh perusahaan.

UD. Cinta Kasih adalah jenis usaha di bidang kuliner yaitu kue klapertart yang ada di Manado. Usaha ini mulai serius dijalankan sejak bulan Juni tahun 2012 dengan tempat produksinya yang berada di Kairagi. Pada mulanya usaha ini mulai dipasarkan dengan menyewa tempat di bandara Sam Ratulangi dengan nama Christine Klapertart.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pendekatan *target costing* dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi dalam proses produksi pada UD. Cinta Kasih.

### Tinjauan Pustaka

#### Pengertian Akuntansi

Pengertian akuntansi menurut *American Accounting Association* adalah suatu proses mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan informasi ekonomi untuk memungkinkan adanya penilaian dan keputusan yang jelas serta tegas bagi pihak yang menggunakan informasi tersebut (Pura, 2013:4). Akuntansi adalah seni untuk mengumpulkan beragam bukti transaksi keuangan dan mencatatnya kemudian dikelompokkan untuk kemudian dipersiapkan menjadi sebuah laporan keuangan (Wind, 2014:1)

#### Akuntansi Manajemen

Akuntansi Manajemen merupakan bidang akuntansi yang berfokus pada penyediaan, termasuk pengembangan dan penafsiran informasi akuntansi bagi para manajer untuk digunakan sebagai bahan perencanaan, pengendalian operasi dan dalam pengambilan keputusan (Samryn, 2012:4).

Akuntansi manajemen adalah salah satu cabang ilmu akuntansi yang menghasilkan informasi untuk manajemen atau pihak intern perusahaan (Krisniaji & Aryani, 2011:1).

### **Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk dan jasa dengan cara-cara tertentu, serta penafisiran terhadapnya (Widilestariningtyas, Anggadini dan Firdaus, 2012:10).

### **Biaya**

Menurut Rahmat (2013:4) definisi umum biaya adalah nilai moneter barang dan jasa yang dikeluarkan untuk mendapatkan manfaat sekarang atau masa depan. Biaya sering diukur dengan satuan moneter (sebagai contoh rupiah atau dollar) yang mesti dibayar untuk barang dan jasa. Biaya dikeluarkan untuk menghasilkan manfaat dimasa depan (Simamora, 2012:40).

### **Biaya Produksi**

Menurut Johan (2014:2) biaya produksi merupakan biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa. Menurut Mulyadi (2015:16) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk.

### **Biaya Non Produksi**

Biaya non produksi adalah biaya yang dikeluarkan yang tidak dapat dikaitkan atau dibebankan kepada sebuah produk manufaktur. Pada prinsipnya biaya non produksi digolongkan ke dalam dua kategori yaitu beban penjualan/pemasaran dan beban umum dan administratif. Beban penjualan meliputi semua biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pesanan pelanggan dan menyerahkan produk jadi atau jasa ke tangan pelanggan. Contoh – contoh beban penjualan meliputi biaya perjalanan, biaya iklan, dan komisi penjualan. Beban umum dan administratif meliputi semua biaya klerikal, organisasional, dan eksekutif yang tidak dapat dimasukkan secara logis kedalam beban penjualan ataupun biaya produksi. Contoh – contoh beban umum dan administratif adalah gaji eksekutif kunci, biaya humas, dan biaya bagian hukum (Simamora, 2012:44).

### **Target Costing**

Penentuan biaya pokok sasaran (*target costing*) adalah sebuah strategi dimana perusahaan pertama-tama menetapkan harga jual dimana mereka dapat menjual sebuah produk atau jasa baru, dan kemudian merancang sebuah produk atau jasa yang dapat diproduksi pada suatu biaya yang cukup rendah guna memberikan margin laba yang memadai (Simamora, 2012:340). Pada dasarnya *target costing* adalah proses pengembangan produk yang memanipulasi persamaan dan mengembangkan biaya berdasarkan harga, dan merancang produk dan kemudian melakukan proses produksi (Imeokparia & Adebisi, 2014:2).

### **Efisiensi Produksi**

Menurut Horngren, Charles T., Srikant M, Datar dan Madhav V, Rajan (2013:265), perusahaan menghadapi tantangan terus menerus untuk mengurangi biaya dari produk yang mereka jual. Untuk menghitung dan mengatur biaya produk, manajer harus memahami tugas atau kegiatannya (seperti pengaturan mesin atau distribusi produksi). Manajer juga harus memantau pasar untuk

menentukan harga yang dapat dibayar oleh pelanggan untuk suatu barang atau jasa. Informasi akuntansi manajemen membantu manajer menghitung target biaya untuk suatu produk dengan cara mengurangi pendapatan operasional produk per unit yang perusahaan inginkan dari target harga. Untuk mencapai target biaya, manajer harus mengurangi beberapa aktivitas dan mengurangi sebagian biaya.

### **Penelitian Terdahulu**

Supriyadi (2013) dengan judul Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Usaha Dagang Eko Kusen). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dampak penerapan *target costing* terhadap usaha untuk mengurangi biaya produksi pada perusahaan, untuk mengetahui *target costing* merupakan alternatif yang tepat agar perusahaan dapat meningkatkan laba, untuk mengetahui perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan *target costing*. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif. Hasil penelitian menyebutkan Penelitian ini membuktikan bahwa penerapan target costing merupakan upaya alternatif yang baik untuk memaksimalkan laba yang ditargetkan oleh perusahaan dengan cara menekan biaya-biaya produksi yang terjadi selama proses desain produk. Gerungan (2013) dengan judul Pendekatan *Target Costing* Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada Pt. Tropica Cocoprime. Tujuan penelitian ini untuk Tujuan penelitian ini adalah bagaimana pendekatan *target costing* dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi dalam proses produksi pada PT. Tropica Cocoprime. Metode penelitian menggunakan metode komparatif. Hasil penelitian menyebutkan Hasil penelitian perbandingan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, menurut perusahaan dengan menurut *target costing*, diketahui lebih efisien menggunakan *target costing*, dimana dengan menggunakan *target costing* perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya tahun 2011 sebesar 18,21 %, dan tahun 2012 sebesar 2,70 %.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian komparatif. Menurut Sujarweni (2014:11) penelitian komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan variabel yang satu dengan variabel yang lain atau variabel satu dengan standar.

### **Tempat dan waktu penelitian**

Penelitian dilakukan di UD. Cinta Kasih yang beralamat di Perumahan Manado Griya Indah Blok B67 Kairagi, Manado. Penelitian ini akan dilaksanakan selama bulan April 2016.

### **Metode pengumpulan data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Data kuantitatif, berupa biaya produksi, target laba dan harga satuan produk
2. Data kualitatif, berupa gambaran umum perusahaan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Data primer, berupa target laba tahun 2015 dan gambaran umum perusahaan.
2. Data sekunder, berupa data produksi, data penjualan, laporan biaya produksi dan non produksiselama tahun 2015.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Wawancara, dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan pimpinan perusahaan mengenai data yang ada sesuai dengan masalah yang akan dibahas.

2. Dokumen, cara pengumpulan data dengan menggunakan arsip atau dokumen-dokumen yang bersifat tulisan dari perusahaan yang bersangkutan.

### Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Penentuan pendekatan *target costing*.**

Target biaya untuk suatu produk dihitung dengan mulai pada harga jual yang diantisipasi dan kemudian mengurangnya dengan laba yang diinginkan, sebagai berikut:

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga Pasar} - \text{Laba yang Diinginkan}$$

2. **Analisis penentuan biaya standar.**

Biaya standar suatu produk terdiri atas tiga yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Dalam perhitungan biaya standar menggunakan metode *full costing*, yaitu metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya kedalam harga pokok produksinya, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* baik yang variabel maupun yang tetap.

3. **Membandingkan hasil perhitungan biaya standar dan biaya target (*target costing*) terhadap laba yang diperoleh oleh perusahaan.**

Dari hasil perbandingan tersebut maka dapat dilihat metode mana menghasilkan biaya yang lebih rendah, sehingga perusahaan dapat mengetahui tingkat efisiensi biaya yang dicapai oleh perusahaan.

### 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Gambaran umum perusahaan

Usaha Dagang (UD) Cinta Kasih adalah usaha atau bisnis yang bergerak di bidang kuliner yaitu kue klapertart. Usaha ini mulai dijalankan pada bulan Juni 2012 yang didirikan oleh Christine Sumangkut. Tempat untuk memproduksi kue klapertart ini berada di Perumahan Manado Griya Indah Blok B67 Kairagi, Manado.

Bisnis kue klapertart ini mulanya dipasarkan dengan menyewa tempat di bandara Sam Ratulangi, Manado. Untuk menunjang bisnis ini, perusahaan memasarkan produknya melalui media masa (koran), brosur, kartu nama, media sosial (facebook, instagram) dan pameran. Selain di bandara Sam Ratulangi, sekarang kue klapertart ini bisa dijumpai di Jl. B. W. Lopian No.32A Tikala dan di Jl. Yos Sudarso Depan Taman Makam Pahlawan Kairagi. UD. Cinta Kasih beroperasi setiap hari Senin – Sabtu mulai dari pukul 08.00 – 21.00 WITA. Serta kegiatan produksinya mulai dari pukul 08.00 – 18.00 WITA.

#### Hasil Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan manufaktur adalah dengan meningkatkan produksi, dimana dengan meningkatkan produksi maka perusahaan akan dapat mempertahankan kelangsungan hidup atau kontinuitas dari usaha yang dikelola. Salah satu faktor yang mempengaruhi kegiatan produksi adalah dengan memperhatikan masalah biaya produksi, dimana biaya produksi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam kegiatan proses produksi. Adapun jenis biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat meliputi : biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

## Data Produksi

**Tabel 1. Data Produksi Klapertart UD. Cinta Kasih Tahun 2015**

Bulan	Total Produksi (Cup)		
	Kecil	Sedang	Besar
Januari	700	300	210
Februari	675	250	185
Maret	680	230	185
April	685	255	195
Mei	660	240	160
Juni	675	260	170
Juli	670	230	154
Agustus	660	240	160
September	655	250	135
Oktober	665	245	140
November	675	270	180
Desember	800	350	310
Total	8.200	3.120	2.184

*Sumber: UD. Cinta Kasih (2015)*

Berdasarkan Tabel 1, diketahui total produksi klapertart selama tahun 2015 sebesar 8.200 cup kecil, 3.120 cup sedang dan 2.184 cup besar.

## Data Penjualan

**Tabel 2. Data Penjualan Klapertart UD. Cinta Kasih Tahun 2015**

Bulan	Unit yang Terjual						Total Penjualan (Rp)
	Cup Kecil		Cup Sedang		Cup Besar		
	Unit	Rp	Unit	Rp	Unit	Rp	
Januari	700	14.000.000	300	30.000.000	210	42.000.000	86.000.000
Februari	675	13.500.000	250	25.000.000	185	37.000.000	75.500.000
Maret	680	13.600.000	230	23.000.000	185	37.000.000	73.600.000
April	685	13.700.000	255	25.500.000	195	39.000.000	78.200.000
Mei	660	13.200.000	240	24.000.000	160	32.000.000	69.200.000
Juni	675	13.500.000	260	26.000.000	170	34.000.000	73.500.000
Juli	670	13.400.000	230	23.000.000	154	30.800.000	67.200.000
Agustus	660	13.200.000	240	24.000.000	160	32.000.000	69.200.000
September	655	13.100.000	250	25.000.000	135	27.000.000	65.100.000
Oktober	665	13.300.000	245	24.500.000	140	28.000.000	65.800.000
November	675	13.500.000	270	27.000.000	180	36.000.000	76.500.000
Desember	800	16.000.000	350	35.000.000	310	62.000.000	113.000.000
Total	8.200	164.000.000	3.120	312.000.000	2.184	436.800.000	912.800.000

*Sumber : UD. Cinta Kasih (2016)*

Tabel.2 menunjukkan data penjualan klapertart selama tahun 2015 yaitu, 8.200 cup kecil senilai Rp.164.000.000, 3.120 cup sedang senilai Rp.312.000.000, 2.184 cup besar senilai Rp. 436.800.000 dan total penjualan klapertart untuk semua cup berjumlah Rp. 912.800.000.

### Biaya Bahan Baku

**Tabel 3. Total Biaya Bahan Baku UD. Cinta Kasih Tahun 2015 (dalam satuan rupiah)**

No.	Jenis Biaya	Jumlah Biaya		
		Cup Kecil	Cup Sedang	Cup Besar
1	Tepung	234.000	468.000	702.000
2	Susu	120.000	240.000	360.000
3	Maizena	671.615	1.343.230	2.014.845
4	Telur	1.516.671	3.033.342	4.550.013
5	Margarin	1.212.250	2.424.500	3.636.750
6	Kelapa Muda	4.550.000	9.100.000	13.650.000
7	Gula	426.400	852.800	1.279.200
8	Kismis	3.120.000	6.240.000	9.360.000
9	Kenari	6.240.000	12.480.000	18.720.000
	Total	18.090.936	36.181.872	54.272.808
	Total (cup kecil + cup sedang + cup besar)			108.545.616

Sumber : UD. Cinta Kasih (2016)

Tabel 3 menunjukkan total biaya bahan baku langsung untuk cup kecil sebesar Rp 18.090.936, cup sedang sebesar Rp 36.181.872 dan cup besar sebesar Rp 54.272.808. Total untuk keseluruhannya adalah Rp 108.545.616.

### Biaya Tenaga Kerja Langsung

**Tabel 4. Total Biaya Tenaga Kerja Langsung UD. Cinta Kasih Tahun 2015 (dalam satuan rupiah)**

No.	Jenis Biaya	Jumlah Biaya
1.	Gaji karyawan bagian produksi	72.000.000
	Total	72.000.000

Sumber : UD. Cinta Kasih (2016)

Tabel 4 menunjukkan total biaya tenaga kerja langsung selama tahun 2015 pada UD. Cinta Kasih sebesar Rp. 72.000.000.

### Biaya Overhead Pabrik

**Tabel 5. Total Biaya Overhead Pabrik UD. Cinta Kasih Tahun 2015 (dalam satuan rupiah)**

No.	Jenis Biaya	Jumlah Biaya
1	Biaya Bahan Penolong	136.333.333
2	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	96.000.000
3	Biaya Listrik	25.000.000

4	Biaya Telepon	2.400.000
5	Biaya Pemeliharaan	15.000.000
6	Biaya Penyusutan	18.810.000
7	Biaya Gas	12.000.000
8	Biaya Sewa Tempat	70.000.000
Total Biaya		375.543.333

Sumber : UD. Cinta Kasih (2016)

Tabel 5 menunjukkan total biaya *overhead* pabrik selama tahun 2015 pada UD. Cinta Kasih sebesar Rp. 375.543.333.

### Biaya Non Produksi

**Tabel 6. Total Biaya Non Produksi UD. Cinta Kasih Tahun 2015 (dalam satuan rupiah)**

No.	Jenis Biaya Non Produksi	Jumlah Biaya
1	Biaya Pemasaran	15.720.000
2	Biaya Administratif dan umum	24.000.000
Total		39.720.000

Sumber : UD. Cinta Kasih (2016)

Tabel 6 menunjukkan total biaya non produksi selama tahun 2015 pada UD. Cinta Kasih sebesar Rp. 39.720.000.

### Pembahasan

Sebelum menghitung target costing, diperlukan pengalokasian biaya produksi dan non produksi terlebih dahulu untuk setiap ukuran klapertart. Biaya produksi untuk satu cup kecil sebesar Rp. 11.484,54, cup sedang sebesar Rp. 58.933,05, dan cup besar sejumlah Rp. 127.309,73. Dan biaya non produksi untuk setiap cup kecil sebesar Rp. 823,46, cup sedang sebesar Rp. 4.201,15, dan cup besar sejumlah Rp. 9.093,4. Jadi, total biaya produksi dan non produksi untuk cup kecil sebesar Rp. 12.308, cup sedang sebesar Rp. 63.134,20 dan cup besar sejumlah Rp. 136.403,13. Berdasarkan alokasi biaya, maka didapat margin laba (berdasarkan perhitungan UD. Cinta Kasih) untuk setiap ukuran yaitu, 38.4% atau sejumlah Rp. 7.692 untuk cup kecil, 36.8% atau sejumlah Rp. 36.895,8 untuk cup sedang dan 31.8% atau sebesar Rp. 63.596,87 untuk cup besar.

Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam memaksimalkan laba dalam penjualan klapertart adalah penerapan *target costing*. Dimana *target costing* adalah penerapan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai. Kemudian perlu ditambahkan bahwa dari kalkulasi biaya yang dilakukan oleh UD. Cinta Kasih ternyata diperoleh margin laba yakni sebesar 40% tidak sesuai dengan yang diharapkan. Penggunaan *target costing* dalam menghitung biaya produksi UD. Cinta Kasih, dilakukan dengan mengurangi harga jual dengan laba yang diinginkan. Dengan demikian didapat biaya menurut perusahaan sebesar Rp. 595.808.949 dan biaya menurut *target costing* sebesar Rp. 547.680.000, sehingga diperoleh penghematan biaya sebesar Rp. 48.128.949 atau sebesar 8,07%, dengan penghematan biaya tersebut maka perusahaan dapat mencapai laba yang diinginkan yaitu sebesar 40%.

Penelitian ini dilakukan pada UD. Cinta Kasih, bila dibandingkan dengan penelitian sebelumnya mengenai penerapan *target costing* maka penelitian ini saling berhubungan. Hasil penelitian ini sebanding dengan Supriyadi (2013) dan Gerungan (2013), dimana penerapan target costing merupakan upaya alternatif yang baik untuk menghasilkan laba yang ditargetkan oleh perusahaan.

#### 4. PENUTUP

##### Kesimpulan

Hasil analisis perbandingan antara total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan menggunakan metode *target costing* menunjukkan selisih sebesar Rp 48.128.949 dimana total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk tahun 2015 adalah sebesar Rp 595.808.949 sedangkan menurut *target costing* sebesar Rp 547.680.000. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan *target costing* pada UD. Cinta Kasih lebih efisien jika dibandingkan dengan perusahaan.

##### Saran

1. Perusahaan sebaiknya menerapkan *target costing* sebagai alat perencanaan produksi klapertart dan memperhatikan efisiensi dalam penggunaan biaya produksi.
2. Dalam penerapan *target costing* perusahaan sebaiknya 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 mengenai pencapaian sasaran keberhasilan organisasi secara keseluruhan

#### DAFTAR PUSTAKA

##### *Paper dalam Jurnal*

- [1] Gerungan, Henri. 2013. Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada PT. Tropica Cocoprime. *Jurnal EMBA* Vol 1, No 3. Universitas Sam Ratulangi. Manado. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2291> 22 Februari 2016. Hal. 841-959.
- [2] Rahmat, Muhammad Asyhari. 2013. Penerapan Target Costing Dalam Penentuan Tarif Kamar Untuk Mengoptimalkan Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada UB Hotel Malang). *Jurnal ilmiah mahasiswa FEB UNBRA* Vol. 2 No. 2. <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1463/1351>. Diakses tanggal 22 April 2016. Hal. 1-22.
- [3] Horngren, Charles T., Srikant M, Datar dan Madhav V, Rajan. 2013. *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*. Fourteenth Edition. Pearson. England.
- [4] Johan, Elmer Tamara. 2014. Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Studi Kasus Pada PT. Mercedes-Benz Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan* Vol. 2 No. 1. <http://jurnal.stiekesatuan.ac.id/index.php/jiak/article/view/436>. Diakses tanggal 22 April 2016. Hal. 1-8.
- [5] Supriyadi, Heri. 2013. Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Usaha Dagang Eko Kusen). *Skripsi*. Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah Jakarta. repository.uinjkt.ac.id. Diakses tanggal 28 Maret 2016.

**Buku**

- [6] Krismiaji, dan Aryani, Y Anni. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Kedua. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- [7] Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya*. Edisi Kelima. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- [8] Pura, Rahman. 2013. *Pengantar Akuntansi I: Pendekatan Siklus Akuntansi*. Erlangga. Jakarta.
- [9] Samryn, L.M.2012.*Akuntansi Manajemen*. Edisi Pertama. Kencana. Jakarta.
- [10] Simamora, Henry. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Ketiga. Star Gate Publisher. Riau.
- [11] Sujarweni, V.Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- [12] Widilestariningtyas, Ony., Anggadini, Sri Dewi., dan Firdaus, Dony Waluya. 2012. *Akuntansi Biaya*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- [13] Wind, Ajeng. 2014. *Buku Saku Akuntansi*. Laskar Aksara. Jakarta

**Artikel dari Internet**

- [14] Imeoparia, Lawrence dan Sanusi Adebisi. 2014. Target Costing and Performance of Manufacturing Industry in South-Western Nigeria. *Global Journal Of Management And Business Research: D Accounting And Auditing* Vol 14 Issue 4. Redeemer's University Nigeria. [globaljournals.org/GJMBR\\_Volume14/4-Target-Costing-andPerformance.pdf](http://globaljournals.org/GJMBR_Volume14/4-Target-Costing-andPerformance.pdf). Diakses tanggal 28 April 2016. Hal. 1-9.