

**ANALISIS *TARGET COSTING* SEBAGAI PENGENDALIAN BIAYA  
PRODUKSI PADA PT. BINTAN INDO PERMAI DI KIJANG**

**SKRIPSI**

**M. NAELUL ULUM**

**NIM : 14622019**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNG PINANG**

**2019**

**ANALISIS *TARGET COSTING* SEBAGAI PENGENDALIAN BIAYA  
PRODUKSI PADA PT. BINTAN INDO PERMAI DI KIJANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Oleh

**M. Naelul Ulum**  
**Nim : 14622019**

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN**

**TANJUNG PINANG**

**2019**

TANDA PERSETUJUAN / PENGAJUAN SKRIPSI

**ANALISIS *TARGET COSTING* SEBAGAI PENGENDALIAN BIAYA PRODUKSI  
PADA PT. BINTAN INDO PERMAI DI KIJANG**

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

Oleh

M. NAELUL ULUM  
NIM. 14622019

Menyetujui :

Pembimbing Pertama,



Ranti Utami, SE., M.Si., Ak. CA  
NIDN : 1004117701

Pembimbing Kedua,



Ayu Puspitasari, SE. M.Si  
NIDN : 1021118802

Mengetahui,

Ketua Program Studi,



Siti Kurnia, SE. Ak. M.Si. CA  
1020037101

Skripsi Berjudul  
**ANALISIS TARGET COSTING SEBAGAI PENGENDALIAN BIAYA PRODUKSI  
PADA PT. BINTAN INDO PERMAI DI KIJANG**

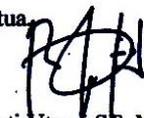
Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

M. NAELUL ULUM  
NIM. 14622019

Telah Dipertahankan di Depan Dosen Panitia Komisi Ujian  
Pada Tanggal Sembilan Desember Tahun Dua Ribu Sembilan Belas dan Dinyatakan Telah  
Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua

  
Ranti Utami, SE., M.Si. Ak. CA

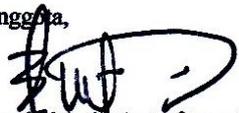
NIDN : 1020037101 / Lektor

Sekretaris,

  
Masyitah As Sahara, SE., M.Si

NIDN : 1002078602 / Asisten Ahli

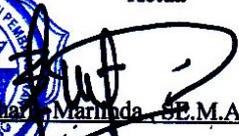
Anggota,

  
Charly Marlinda, SE., M. Ak. Ak. CA

NIDN : 1029127801 / Lektor

Tanjungpinang, Desember 2019  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang  
Ketua



  
Charly Marlinda, SE., M. Ak. Ak. CA

NIDN : 1029127801 / Lektor

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Naelul Ulum  
NIRM : 14100996622019  
Tahun Angkatan : 2014  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.16  
Program Studi : SI- Akuntansi  
Judul Skripsi : Analisis *Target Costing* Sebagai  
Pengendalian Biaya Produksi Pada PT.  
Bintan Indo Permai di Kijang

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan hasil rekayasa maupun karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata di kemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, Desember 2019

Yang membuat pernyataan,

M. Naelul Ulum

NIRM:1410099622019

## PERSEMBAHAN

Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirMu hamba bisa menjadi pribadi yang berfikir, berilmu, beriman, dan bersabar. Terimakasih karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekelilingku. Yang selalu memberi semangat dan doa, sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku. Aamiin ....

Ku persembahkan karya sederhana ini untuk Ibunda dan Ayahanda Tercinta...

Apa yang ku dapatkan hari ini, belum mampu membayar semua kebaikan, keringat dan juga air mata. Terimakasih atas segala dukungan Ibunda dan Ayahanda, baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini kupersembahkan untuk kalian, sebagai wujud rasa terimakasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggapai cita-cita. Kelak cita-cita saya ini akan menjadi persembahan yang paling mulia untuk Ibu dan Ayah, dan semoga dapat membahagiakan kalian.

Terimakasih Ibu...

Terimakasih Ayah...

## MOTTO

"Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri" (QS. Ar Ra'd : 11)

"Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya" (An Najm : 39"

"Barang siapa yang mempelajari ilmu pengetahuan yang seharusnya yang ditunjukkan untuk mencari Ridho Allah bahkan hanya untuk mendapatkan kedudukan/kekayaan duniawi maka ia tidak akan mendapatkan baunya surge nanti pada hari kiamat"  
(Riwayat Abu Hurairah Radhiallahu Anhu)

"Orang yang pesimis melihat kesulitan dalam setiap kesempatan. Orang yang optimis melihat kesempatan dalam setiap kesulitan" (Agus Dharma)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan meraih gelar sarjana ekonomi jurusan akuntansi. Adapun penulis memilih judul : “ **Analisis Target Costing Sebagai Pengendalian Biaya Produksi pada PT. Bintang Indo Permai di Kijang** “

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan-kekurangan karena keterbatasan yang penulis miliki ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menerima masukan beberapa kritik dan saran yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada masa yang akan datang.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya pada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan serta do'a dalam penulisan skripsi ini, yaitu :

1. Ibu Charly Marlinda, SE. M.Ak.Ak. CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, SE, M.Si. Ak. CA., selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang. Sekaligus dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Sri Kurnia, SE. Ak. M.Si. CA., selaku Wakil Ketua II dan Ketua Program Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Ibu Ayu puspitasaki, SE. M.Si selaku dosen pembimbing II yang juga telah banyak memberikan petunjuk, saran, dan bimbingan guna untuk kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Sekretariat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Bapak edi selaku manajer dari PT. Bintang Indo Permai di Kijang yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian dan pengambilan data.
7. Untuk Devy Sasmita Handayani, yang selalu mendukung dan menyemangati dalam menyusun skripsi ini.
8. Untuk sahabat-sahabatku, Mundjo Lancahyo Wibisono, Zaifurkon Effendi, Rafika Septiani, Adi Saputra yang selalu memberi dukungan dan semangat.
9. Untuk teman-teman seperjuangan angkatan 2014 khususnya kelas Akuntansi Malam 2 yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
10. Kepada Bapak Andry Tonaya dan temen-temen KKN Kuala Sempang kelompok 10 yang telah memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan hidayah dan rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurna penulisan skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya, khususnya Mahasiswa-Mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Tanjungpinang, Juli 2019

Penulis

**M. NAELUL ULUM**

NIM 14622019

## DAFTAR ISI

### Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIATISME	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK .....	xvi
<i>ABSTRAK</i> .....	xvii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5.1 Kegunaan Ilmiah .....	6
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	6

1.6 Sistematika Penulisan.....	7
--------------------------------	---

## **BAB II TINJAUN PUSTAKA**

2.1 Definisi Laba .....	9
2.2 Akuntansi Manajemen.....	10
2.3 Akuntansi Biaya .....	11
2.3.1 Pengertian Akuntansi Biaya .....	11
2.3.2 Biaya dan Klasifikasi biaya.....	13
2.3.2.1 Biaya.....	13
2.3.2.2 Klasifikasi Biaya .....	14
2.4 Harga Pokok Produksi.....	17
2.4.1 Pengertian Harga Pokok Produksi.....	17
2.4.2 Tujuan Penentuan Harga Pokok Produksi.....	18
2.5 <i>Target Costing</i> .....	19
2.5.1 Pengertian <i>Target Costing</i> .....	19
2.5.2 Komponen <i>Target Costing</i> .....	19
2.5.3 Karakteristik <i>Target Costing</i> .....	20
2.5.4 Proses <i>Target Costing</i> .....	21
2.5.5 Kinerja <i>Target Costing</i> .....	23
2.5.6 Strategi <i>Target Costing</i> .....	23
2.5.7 Implementasi dalam <i>Target Costing</i> .....	24
2.5.8 Penetapan <i>Target Costing</i> .....	26
2.5.9 Manfaat <i>Target Costing</i> .....	28
2.5.10 Alasan Penggunaan <i>Target Costing</i> .....	29
2.6 Kerangka Pemikiran .....	30
2.7 Penelitian Terdahulu .....	30

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Sumber Data .....	35
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.4 Teknik Analisis Data .....	37

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Sejarah singkat perusahaan .....	38
4.2 Lokasi perusahaan .....	38
4.3 Struktur organisasi.....	39
4.4 Proses Produksi .....	42
4.5 Proses Pemasaran .....	46
4.6 Deskripsi data perusahaan .....	46
4.6.1 Biaya Produksi .....	47
4.6.2 Biaya non Produksi .....	49
4.7 Analisis Data dan Pembahasan .....	49
4.7.1 Mendeskripsikan Perhitungan Harga Pokok Produk Menurut Perhitungan yang dilakukan Perusahaan .....	49
4.7.2 Menentukan Harga Pokok Produk dengan <i>Target Costing</i> .....	57

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 KESIMPULAN .....	69
5.2 SARAN .....	70

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **CURICULUM VITAE**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Biaya Bahan Baku PT. Bintang Indo Permai
Tabel 4.2	Biaya Tenaga Kerja Langsung PT. Bintang Indo Permai
Tabel 4.3	Biaya Bahan Penolong PT. Bintang Indo Permai
Tabel 4.4	Biaya Overhead Pabrik PT. Bintang Indo Permai
Tabel 4.5	Biaya Non Produksi PT. Bintang Indo Permai
Tabel 4.6	Biaya Bahan Baku PT. Bintang Indo Permai Bulan April 2018
Tabel 4.7	Biaya Tenaga Kerja Langsung PT. Bintang Indo Permai Bulan April 2018
Tabel 4.8	Biaya Bahan Penolong PT. Bintang Indo Permai Bulan Maret 2018
Tabel 4.9	Biaya Overhead Pabrik PT. Bintang Indo Permai Bulan Maret 2018
Tabel 4.10	Biaya Non Produksi PT. Bintang Indo Permai Bulan April 2018
Tabel 4.11	Perhitungan Biaya Produksi PT. Bintang Indo Permai Bulan April 2018
Tabel 4.12	Perhitungan Biaya Produk PT. Bintang Indo Permai Bulan April 2018
Tabel 4.13	Perubahan Jumlah Pembelian Bahan Penolong PT. Bintang Indo Permai
Tabel 4.14	Jumlah Bahan Penolong yang sebaiknya dibeli oleh PT. Bintang Indo Permai
Tabel 4.15	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik PT. Bintang Indo Permai setelah Pengurangan Biaya
Tabel 4.16	Perhitungan Harga Pokok Produk PT. Bintang Indo Permai setelah Pengurangan Biaya.
Tabel 4.17	Perbandingan Perhitungan antara Metode Perusahaan dengan Metode <i>Target Costing</i>

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.6 Konsep Kerangka Pemikiran

Gambar 4.3 Struktur Organisasi

Gambar 4.4 Proses Produksi

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Laporan Bulanan Bahan Baku Bulan April 2018

Lampiran 2 Laporan Bulanan Pengeluaran Biaya Bulan April 2018

Lampiran 3 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Lampiran 4 Hasil Plagiarisme

## ABSTRAK

### ANALISIS TARGET *COSTING* SEBAGAI PENGENDALIAN BIAYA PRODUKSI PADA PT. BINTAN INDO PERMAI DI KIJANG

M. Naelul Ulum. 14622019. Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang.

[m.naelululum80@gmail.com](mailto:m.naelululum80@gmail.com)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengendalian biaya produksi pada PT. Bintang Indo Permai dengan target *costing* dan untuk menganalisis perbandingan harga biaya produksi antara metode yang digunakan perusahaan dan metode target costing dalam memperoleh laba pada PT. Bintang Indo Permai di Kijang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian yang bersifat deskriptif yaitu penelitian yang berusaha menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah melakukan pengendalian biaya produksi berdasarkan metode perusahaan dan metode *target costing*, menganalisis penggunaan data informasi akuntansi biaya dalam pengambilan keputusan, dan mengambil kesimpulan dari analisis *target costing* sebagai pengendalian biaya produksi.

Berdasarkan perhitungan harga pokok produk menurut perhitungan perusahaan, diperoleh harga pokok produk sebesar Rp. 12.889/dus, sedangkan menurut *target costing* harga pokok produk adalah sebesar Rp. 12.469/dus. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga pokok produk menurut *target costing* lebih rendah dari harga pokok produk menurut perhitungan perusahaan.

Terdapat perbedaan perhitungan harga pokok produk antara metode perusahaan dan harga pokok produk menurut target costing karena adanya pengurangan biaya produk. Pengurangan biaya tersebut dilakukan dengan cara mengubah cara pemasaran produk yaitu dengan memasarkan produk melalui perusahaan distributor dan mengurangi jumlah pembelian bahan penolong agar menjadi lebih efisien.

Kata kunci : Akuntansi biaya, Harga Pokok Produksi, dan Target *costing*

Dosen pembimbing I : Ranti utami,SE.,M.Si.Ak.CA

Dosen pembimbing II : Ayu puspita sari, SE. M.Si

## ABSTRACT

### TARGET COSTING ANALYSIS AS PRODUCTION COST CONTROL

#### IN PT. BINTAN INDO PERMAI IN KIJANG

*M. Naelul Ulum. 14622019. Accounting. STIE Tanjungpinang Development.*

[m.naelululum80@gmail.com](mailto:m.naelululum80@gmail.com)

*The purpose of this study was to analyze the control of production costs at PT. Bintan Indo Permai with target costing and to analyze the comparison of production cost prices between the methods used by the company and the target costing method in obtaining profits at PT. Indo Indo Permai in Deer.*

*This type of research used is descriptive research that is research that tries to tell the current problem solving based on data, present data, analyze and interpret. Data collection techniques used were observation, interviews and documentation. Data analysis technique used is to control production costs based on company methods and target costing methods, analyze the use of cost accounting information data in decision making, and draw conclusions from target costing analysis as a control of production costs.*

*Based on the calculation of the cost of the product according to company calculations, the cost of the product is Rp. 12,889 / carton, whereas according to the target costing the cost of the product is Rp. 12.469 / box. This shows that the cost of the product according to the target costing is lower than the cost of the product according to the company's calculations.*

*There is a difference in the calculation of the cost of the product between the company's method and the cost of the product according to the target costing due to a reduction in product costs. Cost reduction is done by changing the way of marketing products by marketing products through distributor companies and reducing the number of purchases of auxiliary materials to be more efficient.*

*Keywords: Cost accounting, Cost of Production, and Target costing*

*Supervisor I: Ranti Utami, SE., M.Sc.Ak.CA*

*Supervisor II: Ayu puspita sari, SE. M.Si*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Lingkungan bisnis mengalami perkembangan dan perubahan yang sangat pesat. Perkembangan di dunia bisnis ini tentunya juga dipengaruhi oleh semakin berkembangnya teknologi dan pemanfaatannya di dunia bisnis. Di era globalisasi ini, telah terjadi banyak persaingan di semua lini usaha. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, jenis-jenis produk maupun jasa yang ditawarkan pun juga semakin beragam. Dengan demikian, persoalan yang dihadapi perusahaan semakin rumit. Hal ini menuntut manajemen perusahaan menentukan tindakan dengan memilih kebijaksanaan dalam mengambil keputusan yang sebaik-baiknya agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Salah satu tujuan yang paling utama adalah meningkatkan keuntungan. Perusahaan yang ingin berkembang harus mampu menghasilkan produksi yang tinggi dengan kualitas yang baik. Hasil produksi yang tinggi akan tercapai apabila perusahaan memiliki efisiensi produksi yang tinggi. Akan tetapi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi ini tidaklah mudah, karena banyak faktor yang mempengaruhinya, baik faktor didalam maupun diluar perusahaan. Faktor-faktor tersebut yaitu tenaga kerja, bahan baku, metode produksi dan pasar. Ada beberapa sektor ekonomi yang begitu berpengaruh terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia, salah satunya adalah sektor perdagangan, baik itu berupa barang dagang, jasa dan tenaga kerja. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk

menarik hati konsumen adalah dengan melakukan inovasi-inovasi produk dan menjualnya dengan harga yang relatif dapat dijangkau namun tetap mempertahankan kualitas produk.

Agar dapat bersaing, perusahaan ini harus dapat menciptakan produk baik barang maupun jasa yang harganya sama dengan yang ditawarkan para pesaingnya. Untuk dapat memperoleh suatu produk, perusahaan harus berusaha mengurangi biaya yang dikeluarkan pada proses produksinya. Hal ini menuntut manajemen perusahaan untuk bersaing didunia usaha, perusahaan harus dapat melakukan perubahan sikap dalam mengelola dan menjalankan bisnisnya.

Sebagai salah satu manajemen inovasi, penerapan *target costing* dalam perusahaan juga harus memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan keberhasilan implementasi dari adanya ide tersebut. Pada saat *target costing* mulai diambil dan diimplementasikan oleh opsai bisnis organisasi didalam lingkungan bisnis yang lain maka dapat di asumsikan bahwa suatu hal yang baru tentang pendekatan tersebut dapat dipelajari dengan melihat apa yang sedang terjadi dengan konteks bisnis lainnya (Kusuma dan Ayu Noorida, 2008).

*Target costing* merupakan metode penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga kompetitif, dengan demikian perusahaan memperoleh laba yang diharapkan. Melalui *target costing* dapat diketahui selisih biaya yang dianggarkan dengan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Metode apapun yang digunakan, biaya selalu memegang peranan

penting untuk menghitung dan mempunyai pengaruh besar terhadap penjualan produk.

Perhitungan harga pokok produksi berperan dalam penentuan harga jual produk, sehingga harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Dalam akuntansi biaya, perhitungan harga pokok produksi berfungsi untuk menetapkan, menganalisa dan melaporkan biaya-biaya yang mengandung laporan keuangan sehingga dapat menunjukkan data yang wajar. Menurut (Setiadi, Davit dan Treesje (2014), akuntansi biaya menyediakan data-data biaya untuk berbagai tujuan. Maka biaya yang dikeluarkan perusahaan harus digolongkan dan dicatat dengan sebenarnya, sehingga memungkinkan perhitungan harga pokok produksi secara detail. Dalam perhitungan harga pokok produksi harus didukung oleh sistem akuntansi biaya yang memadai, agar pelaksanaan proses produksi dapat dikendalikan untuk mencapai hasil kegiatan produksi dan dapat dilakukan dengan waktu yang telah ditetapkan perusahaan.

Menurut Apriyanti & Rahayu (2014: 2), tujuan yang diharapkan dengan menerapkan *target costing* yaitu untuk menentukan harga pokok produk sesuai dengan keinginan sebagai dasar penetapan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan perusahaan. Malue (2013: 590) juga mengungkapkan bahwa dengan menerapkan *target costing*, total biaya dari total biaya sebelumnya dapat diturunkan sehingga perusahaan pun bisa mendapatkan laba yang maksimal tanpa harus menaikkan harga jualnya.

Menurut Hansen dan Mowen (2013:361) *target costing* merupakan perbedaan antara harga jual yang dibutuhkan untuk mendapatkan pangsa pasar yang ditentukan terlebih dahulu dan laba per unit yang diharapkan. Dalam penerapan metode *target costing* perusahaan tidak merinci semua biaya yang dikeluarkan untuk membuat suatu produk, karena biaya ditetapkan sebelum terjadinya perencanaan dan proses pembuatan (Caroline dan Wokas, 2016: 594).

Krismiaji dan Aryani (2011: 335) mengungkapkan dua alasan penggunaan *target costing*, yaitu pendekatan yang dibuat untuk mengetahui dua karakteristik pokok pasar dan biaya. Pertama karena perusahaan sebenarnya tidak punya cukup kekuatan untuk mengendalikan harga jual produk. Kedua karena sebagian besar biaya untuk membuat produk ditentukan pada tahap perancangan produk.

PT. Bintang Indo Permai adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri Air Minum dalam kemasan yang beralamat di Jl. Wacopek km 20 Kabupaten Bintang Provinsi Kepulauan Riau. Penelitian ini akan membahas mengenai *Target Costing* sebagai pengendalian biaya produksi untuk produk air minum dalam kemasan. Penetapan harga jual pada PT. Bintang Indo Permai hanya dengan menghitung seluruh biaya produksi dan melihat situasi pasar dengan tingkat keuntungan yang diharapkan. Walaupun tingkat keuntungan yang diinginkan perusahaan cukup tinggi, namun masih terdapat kesulitan perusahaan dalam menentukan harga jual yang kompetitif.

Dengan melihat Latar Belakang diatas, dan disertai dengan adanya penerapan *target costing* yang diyakini mampu meningkatkan laba perusahaan.

Maka hal ini menjadi ketertarikan bagi penulis untuk meneliti permasalahan tersebut. Adapun hasil lengkap dari penelitian ini, penulis tuangkan dalam penelitian yang berjudul “**Analisis *Target costing* sebagai pengendalian biaya produksi pada PT. Bintang Indo Permai di Kijang**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka dalam penulisan skripsi ini masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengendalian biaya produksi pada PT. Bintang Indo Permai di Kijang?
2. Bagaimana pengendalian biaya produksi dengan menggunakan metode *target costing* pada PT. Bintang Indo Permai di Kijang?
3. Bagaimana perbandingan biaya produksi antara metode yang digunakan perusahaan dan metode *target costing* dalam memperoleh laba pada PT. Bintang Indo Permai di Kijang?

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah ini dibuat supaya penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dan tidak terjadi perluasan pembahasan sehingga tetap pada tujuan semula yang ditentukan, serta dapat diketahui sampai dimana hasil penelitian dapat dimanfaatkan. Dengan demikian, dalam penulisan skripsi ini penulis akan membatasi permasalahan yaitu :

1. Penelitian ini menggunakan data pada tahun 2018.
2. Penelitian ini hanya biaya produksi produk cup 220 ml.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengendalian biaya produksi pada PT. Bintang Indo Permai di Kijang?
2. Untuk menganalisis pengendalian biaya produksi dengan metode *target costing* pada PT. Bintang Indo Permai di Kijang?
3. Untuk menganalisis perbandingan biaya produksi antara metode yang digunakan perusahaan dan metode *target costing* dalam memperoleh laba pada PT. Bintang Indo Permai di Kijang?

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

##### **1.5.1 Kegunaan Ilmiah**

Bagi penulis, penelitian ini tidak hanya sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjung Pinang, melainkan juga sebagai suatu masukan yang baik dan bermanfaat untuk PT. Bintang Indo Permai.

##### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman mengenai *target costing* sebagai pengendalian biaya produksi yang dapat dijadikan pedoman oleh pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaannya. Khususnya bagi para praktisi,

dalam hal ini yaitu pelaku bisnis seperti manajer perusahaan. Dapat meningkatkan fungsi manajemen dalam hal penetapan harga jual produk yang tepat. Selain itu, dapat dijadikan acuan dan masukan untuk meningkatkan kinerja dan menentukan strategi perusahaan khususnya dalam mengoptimalkan fungsi dan peran informasi.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika dalam penelitian ini dengan judul “Analisis *Target Costing* sebagai pengendalian biaya produksi pada PT. Bintang Indo Permai” yang terbagi atas lima bab adalah sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bagian pendahuluan ini berisikan mengenai judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian tinjauan pustaka berisikan mengenai teori akuntansi manajemen, definisi laba, akuntansi biaya, harga pokok produksi, *target costing*, kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian metodologi penelitian mengenai uraian metode penelitian yang dilakukan penulis meliputi jenis dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data.

#### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menerangkan mengenai hal-hal yang berkenaan dengan sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, kegiatan perusahaan dan pokok bahasan masalah, dimana penulis mencoba menjelaskan dan menguraikan secara deskriptif kuantitatif mengenai *target costing* sebagai pengendalian biaya produksi.

#### BAB V : PENUTUP

Pada bab penutup ini berisikan kesimpulan-kesimpulan dari analisis data mengenai hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan saran-saran yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian maupun bagi peneliti selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Definisi Laba**

Laba merupakan ukuran yang paling sederhana untuk menilai kinerja sebuah perusahaan dan menjadi pertimbangan oleh para investor atau kreditur dalam mengambil keputusan. Perusahaan yang melaporkan laba yang tinggi tentu akan membuat investor merasa senang untuk menanamkan modalnya karena ia akan mendapatkan pembagian laba atas setiap kepemilikan saham yang dimilikinya. Demikian halnya dengan kreditur, ia akan merasa yakin bahwa ia akan menerima pendapatan bunga dan pengembalian pokok pinjaman yang telah diberikan kepada perusahaan.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 25 (IAI: 2007), laporan laba rugi merupakan laporan utama untuk melaporkan kinerja dari suatu perusahaan selama suatu periode tertentu. Informasi tentang kinerja perusahaan, terutama tentang profitabilitas, dibutuhkan untuk mengambil keputusan tentang sumber ekonomi yang akan dikelola oleh suatu perusahaan di masa depan. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan tersebut untuk mendapatkan laba (*profitable*).

Laba memiliki potensi informasi yang sangat penting bagi pihak eksternal dan internal perusahaan. Laba dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur kinerja perusahaan serta memberikan informasi yang berkaitan dengan kewajiban

manajemen atas tanggung jawabnya dalam pengelolaan sumber daya yang telah dipercayakan kepadanya. Informasi laba diterbitkan oleh manajemen yang lebih mengetahui kondisi di dalam perusahaan. Informasi tentang kinerja perusahaan, terutama tentang profitabilitas, dibutuhkan untuk membuat keputusan tentang sumber ekonomi yang akan dikelola perusahaan di masa yang akan datang (Ariani: 2010).

Jadi, dapat dijelaskan bahwa laba adalah selisih lebih antara pendapatan dan biaya yang timbul dalam kegiatan utama atau sampingan di perusahaan selama satu periode, karena laba suatu perusahaan atau unit usaha dijadikan sebagai landasan utama, maka laba merupakan alat yang baik untuk mengukur tingkat keberhasilan dari pemimpin dan manajemen perusahaan, dengan kata lain efektivitas dan efisiensi dari suatu usaha secara keseluruhan dapat dilihat pada laba yang dicapai perusahaan.

## **2.2 Akuntansi Manajemen**

Krismiaji & Aryani (2011: 15) menyatakan akuntansi manajemen merupakan cabang ilmu akuntansi yang khusus diadakan untuk memperoleh berbagai pengetahuan yang akan didapat oleh pihak didalam perusahaan (manajemen) untuk melakukan berbagai fungsi manajemen, mulai dari fungsi perencanaan, fungsi pengarahan dan motivasi karyawan, fungsi koordinasi, fungsi pengendalian dan pengawasan, fungsi penilaian kinerja, dan fungsi pembuatan keputusan.

Menurut Dermawan dan Djahotma (2012: 2) akuntansi manajemen harus menyediakan informasi yang memungkinkan manajer untuk berfokus pada nilai pelanggan, strategi manajemen yang ditujukan untuk menanamkan kesadaran kualitas pada semua proses dalam organisasi dan persaingan berdasarkan waktu.

Sedangkan menurut Kamaruddin (2011:4) Akuntansi manajemen adalah salah satu bidang akuntansi yang tujuannya menyediakan laporan-laporan suatu usaha atau organisasi tertentu untuk kepentingan pihak yang ada didalam perusahaan untuk melakukan proses yang meliputi perencanaan, pengambilan keputusan, pengorganisasian, pengarahan serta pengendalian.

## **2.3 Akuntansi Biaya**

### **2.3.1 Pengertian Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya adalah suatu bidang akuntansi yang kegiatannya bertujuan melakukan perhitungan maupun pencatatan mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Atau akuntansi biaya juga dapat diartikan sebagai kegiatan proses penghitungan dan pencatatan mengenai biaya yang bersangkutan dengan aktivitas perusahaan. Berikut ini adalah pengertian akuntansi biaya menurut para ahli :

a. Akuntansi biaya menurut Supriyono (2016 :12) yaitu :

Akuntansi biaya adalah cabang akuntansi yang merupakan alat ukur dalam melakukan tindakan dan mencatat transaksi biaya secara sistimatis, serta menyediakan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya.

b. Akuntansi biaya menurut Mulyadi (2015 : 7) yaitu :

Akuntansi biaya adalah tahap pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara tertentu, serta penjelasannya.

c. Akuntansi biaya menurut Carter (2009 : 11) yaitu :

Akuntansi biaya melengkapi manajemen untuk kegiatan perencanaan dan pengendalian, perbaikan mutu dan tingkat penggunaan, serta pengambilan keputusan baik yang bersifat rutin maupun strategi.

d. Akuntansi biaya menurut Bustami dan Nurlela (2012 : 4)

Akuntansi biaya adalah bagian pengetahuan akuntansi yang didapat dengan cara mencatat, mengukur, dan melaporkan informasi biaya yang digunakan. Disamping itu akuntansi biaya membahas mengenai penentuan harga pokok dari “suatu barang” yang diproduksi dan dijual kepada konsumen, serta untuk stok barang yang akan dijual.

e. Akuntansi biaya menurut Horngren ( 2008 : 3)

Akuntansi biaya merupakan cara mengukur, menganalisis, dan memberikan informasi keuangan dan nonkeuangan yang berkaitan dengan biaya perolehan atau penggunaan sumber daya dalam suatu organisasi.

Berdasarkan beberapa pengertian akuntansi biaya menurut para ahli maka dapat diketahui bahwa akuntansi biaya yaitu cara mencatat, menggolongkan, meringkas, dan menyajikan informasi biaya, mulai dari proses pembuatan hingga penjualan barang atau jasa dengan cara tertentu dan menyajikan berbagai informasi biaya dalam bentuk laporan biaya. Akuntansi biaya menghasilkan informasi untuk melengkapi berbagai tujuan yaitu untuk tujuan penentuan biaya

produksi, pengendalian biaya, tujuan mengambil tindakan tertentu dan kepentingan internal perusahaan.

### 2.3.2 Biaya dan Klasifikasi Biaya

#### 2.3.2.1 Biaya

Dalam arti luas biaya yaitu pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang sudah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, Mulyadi (2015 : 8). Dalam akuntansi yang dimaksud dengan biaya adalah sumber daya yang dihitung dalam satuan moneter yang dikeluarkan untuk membeli dan membayar (persediaan, jasa, tenaga kerja, barang, peralatan dan lainnya) yang dipakai untuk kebutuhan dan lain sebagainya. Menurut Hansen, Mowen (2009 : 47), Biaya adalah kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkan memberi manfaat saat ini atau kedepannya bagi organisasi. Jadi biaya dapat diartikan sebagai berikut: semua pengorbanan yang harus dilakukan untuk suatu proses produksi yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi akan akan terjadi.

Ketika berbicara mengenai biaya, maka hal ini sangat tergantung pada penentuan biaya akan berbagai hal. Hal-hal tersebut sering juga disebut sebagai objek biaya. Menurut Putra dan Wahyu (2014), objek biaya adalah setiap item seperti produk, pelanggan, departemen, proyek aktivitas dan sebagainya yang membebaskan biaya ke objek biaya secara akurat untuk menjadi dasar keputusan yang baik, dimana hubungan antara biaya dapat membantu meningkatkan keakuratan pembebanan biaya.

### 2.3.2.2 Klasifikasi Biaya

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2013 : 12) klasifikasi biaya atau penggolongan biaya yaitu suatu tahap pengelompokkan biaya secara sistematis atas semua elemen biaya yang ada ke dalam golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih penting.

Menurut Mulyadi (2015 : 13), Adapun cara penggolongan biaya yang dapat digolongkan menurut :

#### 1. Penggolongan biaya menurut Objek Pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Contohnya nama objek pengeluaran, yaitu bahan bakar, jadi semua pengeluaran yang berkaitan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

#### 2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

- a) Biaya produksi, yaitu biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dijual. Contohnya biaya depresiasi dan equipmen, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, dan biaya gaji karyawan.
- b) Biaya pemasaran, yaitu biaya yang terjadi untuk melakukan kegiatan pemasaran produk. Contohnya biaya iklan, biaya produksi, biaya pengiriman dari tempat perusahaan ke tempat pembeli, gaji karyawan bagian pemasaran, dan biaya contoh (sampel).

c) Biaya administrasi dan umum, yaitu biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia, dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan dan biaya photocopy.

3. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Di dalam perusahaan objek atau pusat biaya dapat dihubungkan dengan produk yang diperoleh, departemen yang ada dalam pabrik, tempat pemasaran, bagian-bagian dalam organisasi yang lain atau bahkan individu. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan, yaitu :

a) Biaya langsung (*direct cost*), yaitu biaya yang terjadi dapat diidentifikasi terhadap objek atau pusat biaya tertentu. Seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b) Biaya tidak langsung (*indirect cost*), yaitu biaya yang terjadi tidak dapat diidentifikasi pada objek atau pusat biaya tertentu. Contohnya biaya *overhead* pabrik.

4. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan Volume Aktivitas

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi :

- a) Biaya variabel, yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah setara dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
- b) Biaya semi variabel, yaitu biaya yang berubah tidak setara dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel berisi unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.
- c) Biaya *semifixed*, yaitu biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
- d) Biaya tetap, yaitu biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contohnya gaji direktur produksi.

5. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a) Pengeluaran modal (*capital expenditure*), yaitu biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai kos aktiva, dan dibebankan dengan cara didepresiasi, diamortisasi, atau didepleksi. Contohnya pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, promosi besar-besaran, dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk.
- b) Pengeluaran Pendapatan (*revenue expenditures*), yaitu biaya yang mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran

tersebut. Pada saat terjadinya pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya seperti biaya iklan, biaya telex, dan biaya tenaga kerja.

## **2.4 Harga Pokok Produksi**

### **2.4.1 Pengertian Harga Pokok Produksi**

Penentuan harga pokok produksi menurut Simamora (2012: 60) dalam Caroline dan Wokas (2016: 596) yaitu proses penghimpunan, penggolongan, dan pembebanan biaya-biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik kepada produk atau jasa.

Menurut Hansen dan Mowen (2009:162), harga pokok produksi adalah biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan penelusuran langsung dengan dibebankan biaya *overhead* pabrik menggunakan penelusuran penggerak dan alokasi.

Sedangkan menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2012 : 49), harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi seperti bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir.

Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang digunakan selama proses produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

#### 2.4.2 Tujuan Penentuan Harga Pokok Produksi

Tujuan penentuan harga pokok produksi yaitu menentukan secara tepat jumlah biaya per unit produk, sehingga dapat diketahui laba atau rugi suatu perusahaan.

Menurut Mulyadi (2015 : 36), tujuan penentuan harga pokok produksi adalah :

1. Menentukan nilai persediaan produk dan biaya *overhead* pabrik yang tercatat dalam laporan keuangan pada akhir periode akuntansi.
2. Sebagai alat untuk pengendalian biaya, biaya yang sesungguhnya terjadi dibandingkan dengan rencana biaya yang telah ditentukan sebelumnya. Selanjutnya, dapat dilakukan tindakan perbaikan atau koreksi yang diperlukan. Dengan semikian dapat diukur tingkat efisiensi pada proses produksi tersebut.
3. Sebagai alat untuk menentukan harga jual barang jadi dan menetapkan profit (keuntungan) yang akan diperoleh perusahaan jika menjual barang tersebut.
4. Untuk mengetahui pos-pos biaya, agar tidak ada kesalahan dalam mengalokasikan biaya sehingga harga pokok produksi menjadi akurat dan harga jual produk dapat bersaing dengan kualitas yang lebih baik.
5. Sebagai dasar penetapan tindakan atau cara produksi pada suatu perusahaan. Berdasarkan tujuan diatas dapat di simpulkan bahwa tujuan penentuan harga pokok produksi adalah untuk mengetahui seberapa besar

biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk atau jasa yang siap untuk dijual dan dipakai.

## **2.5 Target Costing**

### **2.5.1 Pengertian *Target Costing***

Menurut Hansen dan Mowen (2013: 361), definisi *target costing* adalah perbedaan antara harga jual yang diperlukan dengan laba per unit yang diinginkan. Menurut Krismiaji dan Aryani (2011: 335), Definisi *target costing* adalah cara menentukan biaya maksimum yang memungkinkan bagi pembuatan sebuah produk setelah itu merancang *prototype* yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang ditetapkan.

Menurut Garisson dkk (2008: 541), perhitungan *target costing* yaitu cara menentukan biaya maksimum untuk produk baru dan kemudian memperluas sebuah contoh yang dapat dibuat dengan menguntungkan berdasarkan angka biaya target maksimum tersebut.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa, *target costing* merupakan suatu metode dengan penentuan harga jual dalam suatu produk dengan harga taksir yang kompetitif untuk mencapai laba yang diinginkan.

### **2.5.2 Komponen *Target Costing***

Menurut William dkk (2010: 858), *target costing* mempunyai empat komponen, yaitu sebagai berikut :

1. Perencanaan dan analisis pasar

Pertama-tama sumber daya yang dibutuhkan dalam perencanaan dan analisis pasar. Selama perencanaan, pelanggan diidentifikasi dan didokumentasikan secara menyeluruh. Analisis pasar dengan teliti mempertimbangkan para pesaing dan reaksi potensial mereka terhadap produk.

2. Pengembangan konsep

Komponen yang kedua, pengembangan menjadi fokus dalam studi kelayakan produk. Pengembangan melibatkan siklus pengujian dan merumuskan produk untuk memahami kebutuhan pelanggan. Dua komponen pertama ini dapat menyebabkan target harga yang diharapkan.

3. Desain produksi dan rekayasa nilai

Tahap yang ketiga desain produksi, mengikuti pembentukan konsep produk dalam tahap pengembangan. Teknik dan pengalaman personal dalam produksi menggunakan rekayasa nilai untuk menentukan kombinasi sumber daya paling mahal untuk menciptakan produk yang diinginkan oleh pelanggan.

4. Produksi dan peningkatan kesinambungan

Akhirnya, produksi dimulai dan proses perbaikan terus menerus digunakan untuk mencapai biaya target. Dua tahap terakhir ini menjadi tahap dimana pencapaian target biaya terjadi.

### 2.5.3 Karakteristik *Target Costing*

Menurut park dkk (2016: 831) , menjelaskan karakteristik *target costing* ada lima, yaitu :

1. Tidak seperti biaya standar yang bertujuan mencapai pengurangan harga pada tahap produksi, manajemen *target costing* memotong biaya produksi yang diaplikasikan dari perencanaan produk dan tahap desain.
2. *Target costing* manajemen bukan berarti pengontrolan biaya, tetapi cukup pada perencanaan dan pengurangan biaya.
3. *Target costing* lebih cocok dipasangkan pada industri, yang memproduksi dalam jumlah yang kecil dari produk yang berbeda, perlengkapan industri, yang ditandai dengan produksi yang berkesimbangan.
4. *Target costing* manajemen merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengontrol karakteristik desain atau teknologi produk manufaktur.
5. *Target costing* manajemen menghubungkan aktivitas strategi perusahaan secara luas untuk mengejar perolehan laba dibawah batas kondisi dari lingkungan pasar.

### 2.5.4 Proses *Target Costing*

Dalam proses *target costing* analisis biaya dan rekayasa nilai (*value engineering*) sangat penting dalam melakukan pengurangan biaya. Melalui analisis biaya perusahaan melakukan beberapa kegiatan yaitu :

1. Mengembangkan daftar komponen dan mengumpulkan fungsi produk. Melalui aktivitas ini maka dapat ditemukan komponen dan fungsi produk serta biaya apa saja yang muncul akibat komponen dan fungsi produk tersebut.
2. Merinci biaya fungsional. Setiap komponen dan bagian dari produk memiliki fungsi spesifik. Melalui aktivitas ini dapat diestimasi biaya yang dikeluarkan.
3. Menentukan urutan relatif (ranking) dari kebutuhan pelanggan. Pada tahapan ini dapat dibuat survey konsumen mengenai bagian mana yang paling dibutuhkan/diminati pelanggan.
4. Menghubungkan bentuk dengan fungsinya. Karena setiap komponen memiliki fungsi dari produk dan merupakan parameter desain kunci, pada tahap ini menghubungkan ranking pelanggan yang menyatakan komponen yang sesuai dengan permintaan pelanggan. *Quality Function Deployment Matrix* biasanya digunakan pada tahap ini. Dalam susunan ini terdapat informasi susunan secara sistematis tentang bentuk, fungsi, dan evaluasi yang berkenaan dengan persaingan. Matrix ini adalah alat yang bermanfaat untuk *target costing* karena mengutamakan hubungan antara kompetisi yang terjadi, keperluan pembeli, dan parameter desain.
5. Mengembangkan nilai utama secara relatif. Fungsi sebuah produk sangat penting bagi pembeli sehingga dalam tahap ini perusahaan membagi persentase kontribusi dari setiap komponen untuk kebutuhan pembeli. Terdapat dua kegiatan dalam *value engineering* yaitu mengumpulkan

komponen untuk mengurangi biaya dan menghasilkan ide pengurangan biaya.

#### 2.5.5 Kinerja *Target Costing*

Menurut Salman dan Farid (2016: 227) terdapat dua pilihan dalam menurunkan biaya hingga pada tingkat biaya target, hal tersebut dilakukan untuk mencapai keuntungan, peningkatan produktivitas dan penetapan biaya berdasarkan target untuk merancang produk dengan biaya rendah. Karena implementasi biaya ini, maka tujuan perusahaan mudah terwujud dan dapat memotivasi manajer.

Dalam *target costing*, fitur yang diperlukan dan kinerja produk yang diusulkan ditetapkan. Selanjutnya *target costing* menentukan biaya siklus hidup dimana barang harus diproduksi untuk menghasilkan tingkat keuntungan yang diinginkan perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan mampu mengantisipasi harga jual produk (Salman dan Farid, 2016: 227).

#### 2.5.6 Strategi dalam *Target Costing*

Menurut Hansen dan Mowen (2013: 361) penurunan biaya adalah tantangan utama perhitungan biaya target.

Hansen dan Mowen (2013:361) mengungkapkan tiga metode penurunan biaya yang digunakan secara khusus yaitu :

1. Rekayasa berlawanan

Rekayasa berlawanan membedah barang perusahaan lain untuk mencari lebih banyak daya tarik desain yang membuat penurunan biaya.

2. Analisa nilai

Menempatkan nilai yang ditetapkan di berbagai jenis barang oleh pelanggan. Jika suatu harga yang ingin dibayar oleh pelanggan untuk suatu fungsi khusus lebih kecil daripada biayanya, maka fungsi tersebut mungkin akan dihapus.

3. Perbaiki Proses

Proses untuk memproduksi dan memasarkan barang adalah sumber potensi penurunan biaya. Jadi, tahap rancangan semula dapat memberikan sesuatu untuk mencapai kebutuhan penurunan biaya.

#### 2.5.7 Implementasi dalam *target costing*

Menurut Kusuma dan Ayu (2008) beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam menerapkan metode *target costing* sebagai dasar atau karakteristik metode tersebut, antara lain :

1. *Price led costing* , adalah penetapan target biaya dengan dikurangnya *required profit margin* dari harga pasar yang diinginkan. Harga pasar dikontrol oleh keadaan pasar dan target laba sebagai persyaratan keuangan perusahaan.

2. *Focus on Cutomers*, yaitu sistem target costing dikendalikan oleh pasar (*market driven*). Persyaratan pelanggan atas kualitas, biaya dan waktu

secara simultan diintegrasikan ke dalam produk. Target biaya tidak boleh dicapai dengan mengorbankan *features* yang diinginkan pelanggan, menurunkan kinerja atau dengan menunda pengenalan produk dipasar.

3. *Focus on Design*, mempertimbangkan *design* produk dan proses sebagai kunci terhadap manajemen biaya. Perusahaan menghabiskan lebih banyak waktu pada tahap *design* dan mengurangi waktu sampai ke pasar (*time to market*) dengan menghabiskan banyak waktu yang diperlukan dikemudian hari.
4. *Tim cross-functional, target costing* menggunakan tim produk dan proses, dengan anggota dari perancang dan perekayasaan manufacturing, produksi, penjualan dan pemasaran, pengadaan material, akuntansi biaya, servis dan pendukung.
5. Pengurangan biaya dalam siklus hidup (*life cycle*), mempertimbangkan seluruh biaya produk selama hidupnya, yaitu harga pembelian, biaya operasi, pemeliharaan dan reparasi, serta biaya distribusi. Tujuan *target costing* merupakan meminimalisir biaya daur hidup (*life cycle cost*) baik untuk pelanggan maupun produsen.
6. *Value Chain Involvement*, (keterlibatan rantai nilai), melibatkan seluruh anggota rantai, seperti pemasok, daeler, distributor, dan penyedia jasa dalam proses. *Target costing* mengembangkan usaha reduksi biaya sepanjang rantai nilai dengan memperluas hubungan jangka panjang kolaboratif dengan seluruh anggota perusahaan yang diperluas.

Langkah-langkah dalam mengimplementasikan *target costing* adalah sebagai berikut :

1. Menentukan harga jual yang kompetitif

Manajemen harus mempertimbangkan harga produk pesaing, daya beli masyarakat, kondisi perekonomian secara umum, nilai tukar rupiah, dan dapat menentukan harga produk.

2. Menentukan laba yang diinginkan

Penentuan harga jual per unit produk dipengaruhi oleh pangsa pasar (*market share*) yang ingin didapatkan, tingkat pertumbuhan yang ingin diraih perusahaan, volume penjualan yang ingin direncanakan, dan sebagainya.

3. Menetapkan target biaya

Target biaya = harga jual – laba yang diharapkan

4. Melakukan rekayasa nilai

Rekayasa nilai digunakan dalam *target costing* untuk meminimalkan biaya produk dengan cara menganalisis *trade off* yaitu: jenis dan tingkat yang berbeda dalam kegunaan produk, biaya produk total.

5. Menggunakan *kaizen costing* dan pengendalian operasi

*Kaizen costing* merupakan metode perhitungan biaya dimana secara terus menerus berupaya mencari cara baru untuk meminimalkan biaya dengan desain dan fungsional yang ada.

### 2.5.8 Penetapan *Target Costing*

*Target costing* untuk pembuatan sebuah produk dapat dihitung dengan cara mengurangi taksiran harga jual dengan laba yang diinginkan perusahaan Krismiaji dan Aryani, (2011: 335).

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

Menurut Salman dan Farid (2016: 226) dalam penetapan *target costing*, perusahaan mempunyai dua pilihan untuk meminimalkan biaya sampai pada level biaya target, yaitu:

- a. Dengan mengintegrasikan teknologi produksi baru, menggunakan teknik-teknik manajemen biaya yang canggih seperti perhitungan biaya berdasarkan aktivitas dan mencari produktivitas yang lebih tinggi.
- b. Dengan melakukan desain ulang terhadap barang atau jasa.

Proses atau tahapan yang dilakukan untuk penentuan biaya berdasarkan biaya target (Salman dan Farid, 2016: 228):

#### a) *Market-Driven Costing*

Tahap awal dalam perencanaan produk, perusahaan akan mengembangkan gambaran yang jelas tentang fitur produk yang diperlukan untuk memenuhi harapan pelanggan dan tingkat kinerja yang diperlukan untuk setiap fitur. Dalam tahap ini, mencari biaya yang diijinkan (*allowable cost*) dengan cara mengurangi harga jual target dengan margin laba target.

#### b) *Product-Level Target Costing*

Biaya yang diijinkan (*allowable cost*) didorong oleh pertimbangan pasar. Tingkat pengurangan biaya yang diperlukan untuk mencapai biaya yang

diinginkan disebut tujuan pengurangan biaya (*cost reduction objectives*). Tujuan pengurangan biaya dapat dicari dengan mengurangi biaya saat ini dengan biaya yang diijinkan. Selanjutnya, biaya target tingkat produk dapat ditentukan dengan mengetahui perbedaan antara biaya saat ini (*current costs*) dan tujuan pengurangan biaya target.

c) *Component-Level Target Costing*

Tim *target costing* memecah biaya target tingkat produk menjadi target untuk subperakitan utama dan komponen produk baru. Misalnya, biaya target akan ditetapkan untuk proses perakitan, proses pengemasan dan proses distribusi. Dengan cara ini, tiap-tiap area utama bisnis akan memiliki biaya target sendiri dan pengurangan biaya untuk mencapai tujuan. Dalam menetapkan biaya target pada tingkat komponen, desainer produk dapat bekerja dengan pemasok untuk mengurangi biaya, yang kemudian dapat menciptakan siklus *target costing* dalam organisasi pemasok.

#### 2.5.9 Manfaat *Target Costing*

Menurut Salman dan Farid (2016: 233) *target costing* memberikan manfaat bagi perusahaan, diantaranya yaitu:

- a. Meningkatkan kepuasan pelanggan, yakni desain difokuskan pada nilai pelanggan.
- b. Mengurangi biaya, melalui desain yang lebih efisien dan efektif.
- c. Membantu perusahaan mencapai profitabilitas yang diinginkan pada produk baru atau produk yang didesain ulang.

- d. Dapat mengurangi total waktu yang dibutuhkan untuk pengembangan produk, melalui peningkatan koordinasi manajer desain, manufaktur dan pemasaran.
- e. Dapat meningkatkan kualitas produk secara menyeluruh, melalui desain yang dikembangkan secara hati-hati dan isu-isu manufaktur yang dianggap penting dipertimbangkan secara jelas dalam tahap desain.
- f. Memfasilitasi koordinasi desain, manufaktur, pemasaran dan manajemen biaya dalam menentukan biaya produk (*product cost*) dan siklus hidup penjualan (*sales life cycles*).

#### 2.5.10 Alasan Penggunaan *Target Costing*

Krismiaji dan Aryani (2011: 335) mengungkapkan alasan penggunaan target costing, yaitu pendekatan dirancang untuk mengakui dua karakteristik pokok pasar dan biaya. Kedua alasan tersebut yaitu:

1. Yang pertama adalah perusahaan sebenarnya tidak mempunyai kekuatan yang cukup untuk mengendalikan harga jual produk. Karena pasar merupakan suatu tempat terjadinya penawaran dan permintaan serta merupakan tempat yang menentukan harga, jadi perusahaan seharusnya mengakui, menyikapi dan menyiasatinya untuk memperoleh manfaat sebesar mungkin.
2. Alasan yang kedua adalah karena sebagian besar biaya untuk membuat produk ditentukan pada tahap perancangan produk. Sekali produk telah dirancang dan dimasukkan ke dalam proses produksi, sudah tidak ada lagi peluang untuk menekan biaya secara signifikan.

## 2.6 Kerangka Pemikiran



Sumber : penulis

## 2.7 Penelitian Terdahulu

1. Marek Potkány, Petr Novák, Róbert Kováč, Miloš Hitka (2017), dengan judul “Technology Product Innovation by Utilizing the Target Cost Methodology”. Lingkungan bisnis modern dicirikan oleh daya saing yang tinggi. Jika suatu perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitif dan bertahan pada klien, sangat penting untuk terlibat dalam kegiatan inovatif, bahkan jika tidak ada pembenaran nyata untuk melakukannya. Inovasi tersebut dalam lingkungan bisnis dan struktur biaya juga merupakan katalis untuk perubahan dalam manajemen biaya. Secara bertahap, biaya mulai terlihat dari perspektif strategis dan perencanaan dilakukan dalam fase praproduksi, sebagai konsekuensi dari tahap ini menciptakan dampak terbesar pada setiap kesuksesan produk di masa depan. Memvariasikan persepsi biaya dan perilaku yang berkaitan

dengan mereka juga mengharuskan bahwa alat yang memadai dikembangkan untuk manajemen strategis mereka, misalnya, penetapan target biaya. Tujuan dari makalah ini adalah untuk menyajikan peningkatan item elektronik - tampilan dioda pemancar cahaya olahraga, mengadaptasinya agar kompatibel dengan perangkat eksternal yang menjalankan sistem operasi Android, sesuai dengan proyeksi biaya yang diterapkan melalui metodologi penetapan target target. Melakukan perhitungan target biaya melalui prosedur yang diusulkan memungkinkan untuk diferensiasi fungsional dari produk yang diberikan, khusus untuk memenuhi persyaratan pelanggan potensial dengan harga pasar yang dapat diterima.

2. Lawrence Imeokparia & Sanusi Adebisi (2014), dengan judul “Cost Performance Target of Manufacturing Industries in South-West Nigeria”. Penelitian ini bekerja mencari untuk mengeksplorasi sejauh mana penggunaan sistem dan penerapan Target Costing oleh industri manufaktur di South-Western Nigeria. Dalam pekerjaan penelitian, kinerja didefinisikan dalam hal profitabilitas, Pengembalian Modal Kerja dan pengurangan biaya produksi. Penelitian ini memakai metode penelitian survei, menggunakan kuesioner terstruktur untuk mengumpulkan data dari kelompok data sampel yang mewakili semua perusahaan manufaktur di South Western Nigeria yang terdaftar di Bursa Efek Nigeria pada 31 Desember 2013. Sebanyak 282 perusahaan dilibatkan dalam penelitian ini. Uji reliabilitas dengan Alpha Cronbach sebesar 0,88 diperoleh menggunakan metode least square dan t-test. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa tingkat adopsi dan penerapan target biaya oleh industri manufaktur di South Western Nigeria rendah. Namun, temuan juga menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang kuat antara pengadopsian penetapan target biaya dan peningkatan Return on Investment dan pengurangan biaya.

3. Henri Paulus Gerungan (2013), dengan judul “Pendekatan *Target Costing* Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada PT. Tropica Cocoprime”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pendekatan *target costing* dapat dijadikan sebagai alat penilaian dalam proses produksi pada PT. Tropica Cocoprime. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode komparatif. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian perbandingan menurut perusahaan dengan menurut *target costing*, diketahui lebih efisien menggunakan *target costing*, karena dengan menggunakan *target costing* perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya tahun 2011 sebesar 18,21 %, dan tahun 2012 sebesar 2,70 %.
4. Jurgan Malue (2013), dengan judul “Analisis Penerapan *Target Costing* Sebagai Sistem Penendalian Biaya Produksi Pada PT Celebes Mina Pratama”. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan sistem pengendalian biaya yang digunakan perusahaan dengan metode *target costing*. Penelitian ini dilakukan pada PT Celebes Mina Pratama yang beralamat kelurahan Wangurer Timur lingkungan II No. 28 Bitung 95541. PT Celebes Mina Pratama merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perikanan yaitu mengenai pengolahan ikan kayu atau Arahon bushi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa dengan adanya *target costing*, perusahaan dapat melakukan pengendalian biaya yang lebih baik jika dibandingkan dengan metode yang digunakan perusahaan. Jadi perusahaan harus lebih meningkatkan pengawasan terhadap pengeluaran biaya-biaya produksi dan nonproduksi sehingga pengeluaran biaya perusahaan lebih efisien.

5. Febriana Martina Longdong (2016), dengan judul “Penerapan *Target Costing* Dalam Perencanaan Biaya Produksi Pada CV. Sinar Mandiri *The Implementation Of Target Costing In Planning Cost Production At CV. Sinar Mandiri*”. Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *target costing* dalam perencanaan biaya produksi pada CV. Sinar Mandiri. Metode penelitian yang digunakan yaitu berupa analisis deskriptif dengan sumber data diperoleh dari hasil wawancara oleh pemilik dan karyawan. Hasil penelitian ini perencanaan biaya produksi terdapat biaya yang dapat ditekan dengan menggunakan rekayasa nilai sehingga penerapan pendekatan *target costing* dengan menggunakan pengendalian biaya berupa rekayasa nilai, terbukti dari semakin besar jumlah keuntungan yang bisa diperoleh dan tercapainya target keuntungan yang diharapkan. Saran bagi manajemen CV. Sinar Mandiri seharusnya menggunakan metode *target costing* dalam perencanaan biaya produksi untuk menekan biaya produksi agar dapat menghasilkan laba yang diinginkan.

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif. Menurut Narkubo (2015 : 44), penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Sedangkan menurut Arikunto (2013 : 234) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu kendala yang ada.

Berdasarkan karakteristik masalah yang diangkat oleh peneliti, maka penelitian ini diklasifikasikan ke dalam penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode yang menganalisis dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan permasalahan yang diteliti melalui data-data yang telah ada. Menurut Yusuf (2014 : 62) penelitian deskriptif kuantitatif merupakan usaha dasar dan sistematis untuk memberikan jawaban terhadap sesuatu masalah dan mendapatkan informasi lebih luas terhadap suatu fenomena.

Jenis penelitian ini dipilih karena bertujuan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi. Memberikan gambaran maupun penjelasan mengenai suatu keadaan. Menganalisis penggunaan informasi akuntansi biaya dalam pengambilan keputusan dalam menetapkan harga jual produk.

### **3.2 Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Lubis (2010 : 174) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari pihak pertama. Menurut Misbahuddin dan Iqbal Hasan (2013 : 21) data sekunder ialah data yang diperoleh oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang ada. Data ini diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu.

Dalam penelitian ini, data primer didapat pada saat wawancara dengan pihak perusahaan yang memiliki pemahaman dalam perhitungan harga pokok produksi. Wawancara ini dilakukan dengan pimpinan produksi perusahaan yang merupakan bagian yang dianggap paling memiliki pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti. Serta data sekunder berupa laporan biaya-biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik perusahaan tahun 2018.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan penghubung peneliti dengan fenomena sosial yang ditelitinya. Melalui metode yang dipilih, peneliti dapat mengumpulkan berbagai data yang diperlukan untuk menjawab *research question* yang ada.

Beberapa metode penelitian ini dilakukan dengan cara :

- a. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Melalui buku-buku dan tulisan ilmiah yang menyangkut masalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Penelitian Lapangan (*field research*)

Adalah pengumpulan data dengan cara melakukan observasi langsung ke perusahaan yang menjadi objek penelitian untuk memperoleh data serta informasi, cara yang dilakukan adalah penelitian langsung yang dilakukan pada PT. Bintang Indo Permai melalui :

1. Observasi

Merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya bisa bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Jadi, dalam metode ini peneliti melakukan pendekatan untuk memperoleh data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya.

Peneliti mengamati bagaimana proses penerapan *target costing* yang dilakukan pada PT. Bintang Indo dan mengidentifikasi biaya-biaya yang digunakan selama proses produksi.

2. Wawancara

Merupakan proses komunikasi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informasi atau subjek penelitian. Metode ini dilakukan dengan komunikasi dua arah untuk memperoleh data dari responden.

Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pihak karyawan PT. Bintang Indo Permai dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan mengenai harga pokok produksi.

### 3. Dokumentasi

Yaitu mengumpulkan dokumen-dokumen terkait dengan harga pokok produksi untuk mendapatkan pengetahuan dan landasan teori dari berbagai literatur, referensi dan hasil penelitian yang beerhubungan dengan objek penelitian.

#### **3.4 Teknik Analisis Data**

Yaitu bagian dari tahap pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu untuk menjelaskan perhitungan harga pokok produksi. Yang kemudian informasi tersebut dijadikan landasan dalam penetapan harga jual produk. Melalui pendekatan biaya, harga jual akan ditentukan dengan metode *target costing*.

- a) Menganalisis penggunaan data informasi akuntansi biaya dalam pengambilan keputusan.
- b) Melakukan pengendalian biaya produksi berdasarkan metode perusahaan dan metode *target costing*.
- c) Mengambil kesimpulan dari analisis target costing sebagai pengendalian biaya produksi terhadap PT. Bintang indo permai di kijang.
- d) Selanjutnya akan diberikan saran-saran dari peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

(Aryani, 2011) Arfan, L. (2010). *Akuntansi Keprilakuan* (Edisi Kedu). Jakarta: Salemba Empat.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: suatu pendekatan praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Aryani, K. dan. (2011). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Ilmu Manajemen YKPN.

Charles, H. T. (2008). *Akuntansi Biaya dengan Pendekatan Manajerial* (Edisi duab). Jakarta: Erlangga.

Dkk, G. (2008). *Akuntansi Manajerial* (Edisi empa). Jakarta: Salemba Empat.

Hansen, Don R dan Mowen, M. M. (2009). *Akuntansi Manajerial* (Edisi kede). Jakarta: Erlangga.

Hansen, Don R dan Mowen, M. M. (2013). *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.

Henry, S. (2012). *Akuntansi Manajemen*. Riau: Star Gate Publisher.

jan Et All, W. (2010). *financial and managerial accounting (the basis for business decisiuons)* (edisi 15).

Kamaruddin, A. (2011). *Dasar-dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Rajawali Grafindo Persada.

Malue, J. (2013). Analisis penerapan target costing sebagai sistem pengendalian

biaya produksi pada Palue, J. (2013). Analisis penerapan target costing sebagai sistem pengendalian biaya produksi pada PT.Celebes Mina Pratama. *Emba*, 1(3), 949–957. T.Celebes Mina Pratama. *Emba*, 1(3), 949–957.

Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya* (Edisi keli). Yogyakarta: UPP.STIM.YKPN.

Muri, Y. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Penamedia Group.

Narkubo, C. (2015). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara CV. Alfabeta.

Nurlela, B. B. dan. (2012). *Akuntansi Biaya* (edisi keti). Jakarta: Mitra Wacana Media.

Nurlela, B. B. dan. (2013). *Akuntansi Biaya* (Edisi keem). Jakarta: Mitra Wacana Media.

park, S. J, Korea, S. Park, W. J., Korea, S., Woo, S., dan Korea, S. (2016). *omplementation of automated system for targer cost management and assessing*, 32.

Putra, S. H. (2014). PERANCANGAN APLIKASI PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI PRODUK TURUNAN TAPE SINGKONG DALAM USAHA MENCAPAI HARGA KOMPETITIF Hendrawan. *Jurnal Akuntansi*, 12(2), 17–31.

Salman, Kautsar. R dan Farid, M. (2016). *Akuntansi Manajemen: alat pengukur dan pengambilan keputusan manajerial*. Jakarta: PT. Indeks Jakarta.

Setiadi, P., Saerang, D. P. E., & Runtu, T. (2014). Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual Pada Cv. Minahasa Mantap Perkasa. *Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual Pada Cv. Minahasa Mantap Perkasa, Volume 14(2)*, 12.

Supriyono. (2016). *Akuntansi Biaya (pengumpulan biaya dan harga pokok* (edisi kedu). Yogyakarta: BPFE.

Williams, C. (2009). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.

wokas, H. R. N dan Caroline, T. C. (2016). analisis penerapan target costing dan activity based costing sebagai alat bantu manajemen dalam pengendalian biaya produksi pada UD. Bogor Bakery. *EMBA, VOL. 4*.

## **CURRICULUM VITAE**



### **DATA PRIBADI**

Nama : M. Naelul Ulum  
Tempat/Tanggal Lahir : Karawang/ 03 Desember 1994  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Nusantara Km. 20 Kijang

### **PENDIDIKAN**

- SD Negeri 01 Pasirukem Cilamaya Kulon
- SMP Al-Mudriky Cilempung Karawang
- SMK Negeri 2 Bintan
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang