

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA EFISIENSI
BIAYA PRODUKSI KERIPIK SINGKONG PADA USAHA
SYIBA CRISPY**

SKRIPSI

**ZUKHRUFI SALSABIL KITA
NIM : 15622130**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2022**

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA EFISIENSI
BIAYA PRODUKSI KERIPIK SINGKONG PADA USAHA
SYIBA CRISPY**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi

Oleh :

**ZUKHRUFI SALSABIL KITA
NIM : 15622130**

PROGRAM STUDI AKUNTANSI



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2022**

TANDA PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI
PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA
PRODUKSI KERIPIK SINGKONG PADA USAHA SYIBA CRISPY

Diajukan Kepada :

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

Oleh :

NAMA : ZUKHRUFI SALSABIL KITA
NIM : 15622130

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,

Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA.
NIDN. 1029127801 / Lektor

Marina Lidya, S.Pd., M.Pd
NIDN. 1024037602 / Asisten Ahli

Menyetujui,

Ketua Program Studi,

Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO
NIDN. 1015069101 / Lektor

Skripsi Berjudul

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA
PRODUKSI KERIPIK SINGKONG PADA USAHA SYIBA CRISPY**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : ZUKHRUFI SALSABIL KITA

NIM : 15622130

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal
Tiga Puluh Agustus Dua Ribu Dua Puluh Dua dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,

Sekretaris,

Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA.
NIDN. 1029127801 / Lektor

Masyitah As Sahara, S.E., M.Si
NIDN.1010109101 / Asisten Ahli

Anggota,

Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO
NIDN. 1015069101 / Lektor

Tanjungpinang, 30 Agustus 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang,
Ketua,

Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA.
NIDN. 1029127801 / Lektor

PERNYATAAN

Nama : Zukhrufi Salsabil Kita
NIM : 15622130
Tahun Angkatan : 2015
Indeks Presentasi Kumulatif : 3,26
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Efisiensi
Biaya Produksi Keripik Singkong Pada Usaha
Syiba Crispy

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan 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, 30 Agustus 2022

Penyusun,

ZUKHRUFI SALSABIL KITA
NIM : 15622130

HALAMAN PERSEMBAHAN



Dengan mengucapkan Alhamdulillah atas rezeki dan karunia-Nya saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam selalu kita sanjungkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Atas perjuangan beliau dan para sahabat sekarang kita dapat merasakan karunia islam dan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Sebagai tanda terima kasih yang tak terhingga ku persembahkan skripsi ini kepada Alm. Papa, Mama, dan Keluarga yang sangat saya cintai..

Teruntuk Mama Komalasari & Papa Bambang Suriaatmadja Hafdhi, S.H
Buat kedua orang tua yang kucintai dan kusayangi terima kasih telah mendidikku dari kecil hingga sekarang, memberikan dukungan moral maupun materil, kasih sayang, serta doa yang tidak ada habisnya untukku. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan pada dua orang paling berharga dalam hidupku

Teruntuk Bilqis Nadzaty Kita, S.E. & Lubna Qothrunnada Nikita

Kakak dan Adikku tersayang terima kasih atas doa, kasih sayang, kesabaran dan dorongan semangatnya..

dan ku persembahkan skripsi ini untuk yang selalu bertanya

“Kapan skripsimu selesai?”

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”

(QS Ar Rad 11)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS Al Baqarah 286)

“Lakukan hal kecil dengan cinta yang besar agar memperoleh hasil yang maksimal”

(Anonim)

"the possibility of all those possibilities being possible is just another possibility that can possibly happen"

(Mark Lee, NCT)

“Only you can change your life. Nobody else can do it for you”

Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tau hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada orang yang bertepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

(Zukhrufi Salsabil Kita)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh,

Dengan mengucap Alhamdulillahirobbil'aalamiin, segala puji syukur kehadiran Allah SWT pencipta langit, bumi dan seisinya yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan *Target Costing* dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Keripik Singkong pada Usaha Syiba Crispy”, disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan program Studi Akuntansi strata-1 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. oleh karena itu, pada kesempatan ini tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang sekaligus dosen pembimbing satu yang penuh kesabaran dan ketersediaan waktunya untuk memberikan bimbingan, memeriksa serta memberikan nasehat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Ranti Utami, SE. M. Si. Ak. CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

3. Ibu Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA. selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Imran Ilyas, M.M selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Ibu Masyitah As Sahara, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
7. Ibu Marina Lidya, S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan nasehat dan bimbingannya yang sangat besar dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staff Sekretariat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
9. Untuk kedua orang tuaku tercinta Mama Komalasari, Alm. Papa Bambang Suriaatmadja Hafdhi, Mbah Uti Dariyem. Kakakku Bilqis Nadzaty Kita, S.E dan Adikku Lubna Qothrunnada Nikita, Om Sudarto, Om Sudarsono, dan tante ku lainnya, Sepupu-sepupu, serta keluarga besarku yang mana telah memberikan banyak cinta dan kasih sayang serta doa yang tiada hentinya.
10. Untuk Keluarga Besar CV. Citra Sari Tanjungpinang yang telah memberikan semangat yang luar biasa serta doa yang tiada hentinya.

11. Ibu Julainah selaku Owner Usaha Syiba Crispy yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian skripsi di Usaha Syiba Crispy.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan kelas Akuntansi Sore 2 Angkatan 2015, teman-teman KKN Teluk Bakau Squad dan teman-teman lainnya tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat serta motivasi dan juga pemikiran dan waktu dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dalam kata sempurna, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun guna pembelajaran dimasa yang akan datang, dan atas segala jasa dari berbagai pihak yang disebutkan diatas, semoga Allah SWT memberikan limpahan rahmat dan karunia serta hidayah-nya, Aamiin Yarobbal'alaamiin.

Tanjungpinang, 30 Agustus 2022

Penulis

ZUKHRUFI SALSABIL KITA
NIM : 15622130

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN	
HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Kegunaan Penelitian.....	6
1.5.1. Kegunaan Ilmiah	6
1.5.2. Kegunaan Praktis	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Tinjauan Teori	9
2.1.1. Pengertian Akuntansi	9
2.1.2.2. Fungsi Akuntansi	10
2.1.2. <i>Target Costing</i>	10
2.1.2.1. Pengertian <i>Target Costing</i>	10

2.1.2.2. Fungsi dan Tujuan <i>Target Costing</i>	11
2.1.2.3. Konsep dan Prinsip <i>Target Costing</i>	12
2.1.2.4. Tahap-tahap Pelaksanaan <i>Target Costing</i>	14
2.1.2.5. Kendala Penerapan <i>Target Costing</i>	14
2.1.2.6. Karakteristik <i>Target Costing</i>	15
2.1.2.7. Implementasi <i>Target Costing</i>	15
2.1.3. Efisiensi.....	17
2.1.3.1. Pengertian Efisiensi	17
2.1.4. Biaya Produksi	17
2.1.4.1. Pengertian Biaya Produksi.....	17
2.1.4.2. Jenis-Jenis Biaya Produksi.....	18
2.1.4.3. Unsur-Unsur Biaya Produksi	19
2.1.5. Efisiensi Biaya Produksi	19
2.2. Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Jenis Penelitian	22
3.2. Jenis Data.....	22
3.2.1. Data Primer	22
3.2.2. Data Sekunder	23
3.3. Teknik Pengumpulan Data	23
3.4. Teknik Pengolahan Data.....	24
3.5. Teknik Analisis Data	24
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Hasil Penelitian	32
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.1.1. Sejarah Berdirinya Usaha.....	32
4.1.1.2. Visi, Misi, dan Motto Usaha	34
4.1.1.3. Modal dan Sumber Dana Usaha.....	34
4.1.1.4. Kegiatan Usaha	34
4.1.1.5. Profil Usaha.....	36

4.1.1.6. Struktur Organisasi	36
4.1.2. Penyajian Data	38
4.1.2.1. Biaya Bahan Baku Usaha Syiba Crispy	39
4.1.2.2. Biaya Tenaga Kerja Langsung Syiba Crispy	40
4.1.2.3. Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	41
4.1.3. Analisis Data Penelitian	42
4.1.3.1. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Syiba Crispy	43
4.1.3.2. Target Laba	44
4.1.3.3. Penerapan Target Costing Pada Produksi Keripik Singkong Syiba Crispy	44
4.1.4. Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP.....	54
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
<i>CURRICULUM VITAE</i>	

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
	Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	20
	Gambar 2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
	Gambar 4.1 Struktur Organisasi Usaha Syiba Crispy.....	37

DAFTAR TABEL

No.	Judul Gambar	Halaman
Tabel 4.1	Hasil Penjualan Keripik Singkong Syiba Crispy.....	39
Tabel 4.2	Biaya Bahan Baku Syiba Crispy.....	39
Tabel 4.3	Biaya Tenaga Kerja Langsung Syiba Crispy.....	40
Tabel 4.4	Biaya Kemasan Keripik Singkong Syiba Crispy.....	41
Tabel 4.5	Biaya Listrik dan Gas Keripik Singkong Syiba Crispy.....	41
Tabel 4.6	Biaya Penyusutan Aktiva Tetap Syiba Crispy.....	42
Tabel 4.7	Perhitungan Harga Pokok Produksi Syiba Crispy Menurut Syiba Crispy.....	43
Tabel 4.8	Target Laba yang diharapkan Keripik Singkong Syiba Crispy ..	46
Tabel 4.9	Perhitungan Target Biaya Keripik Singkong Syiba Crispy.....	47
Tabel 4.10	Total Biaya Produksi yang Efisien Keripik Singkong Syiba Crispy.....	48
Tabel 4.11	Biaya Bahan Baku Penolong Menggunakan Rekayasa Nilai (<i>Target Costing</i>)	50
Tabel 4.12	Biaya Bahan Baku Penolong Menggunakan Rekayasa Nilai (<i>Target Costing</i>)	51
Tabel 4.13	Efisiensi Biaya Sebelum dan Setelah Rekayasa Nilai (<i>Target Costing</i>)	51
Tabel 4.14	Biaya Produksi Setelah Menggunakan Rekayasa Nilai (<i>Target Costing</i>)	52

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran
Lampiran 1	: Pedoman Wawancara
Lampiran 2	: Data Penjualan Syiba Crispy Tahun 2021
Lampiran 3	: Buku Kas Syiba Crispy Bulan April 2021
Lampiran 4	: Dokumentasi Bersama Pemilik Usaha Syiba Crispy
Lampiran 5	: Hasil Cek Similiarity
Lampiran 6	: Surat Pernyataan Selesai Penelitian

ABSTRAK

PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI KERIPIK SINGKONG PADA USAHA SYIBA CRISPY

Zukhrufi Salsabil Kita. 15622130. Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang

zukhrufisalsabil@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *target costing* dalam upaya efisiensi biaya produksi keripik singkong pada usaha Syiba Crispy. Jenis penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif.

Dalam rangka memberikan gambaran yang jelas, dan akurat mengenai hasil penumpulan data, data yang diperoleh berupa data yang didapat melalui pengamatan, dokumentasi, wawancara dan studi Pustaka yang kemudian di analisis lebih dalam.

Setelah melakukan perhitungan biaya produksi, hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Syiba Crispy masih dikatakan belum efisien, hal tersebut dapat dilihat dari biaya bahan baku dan biaya *overhead* pabrik yang masih dapat diefisienkan lagi. Untuk itu, perusahaan dapat menerapkan metode *target costing* dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk meningkatkan laba. Kendala yang sering terjadi saat penerapan *target costing* yaitu dibutuhkannya wawasan mengenai biaya bahan baku dan biaya overhead pabrik.

Kata Kunci : Biaya, Efisiensi, *Target Costing*

Dosen Pembimbing 1 : Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA

Dosen Pembimbing 2 : Marina Lidya, S.Pd., M.Pd

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF TARGET COSTING IN COST EFFICIENCY OF CASSAVA CHIPS PRODUCTION IN SYIBA CRISPY BUSINESS

Zukhrufi Salsabil Kita. 15622130. Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang

zukhrufisalsabil@gmail.com

This study aims to analyze the application of target costing in an effort to cost efficiency in the production of cassava chips in the Syiba Crispy business. This type of research uses a qualitative descriptive method.

In order to provide a clear and accurate picture of the results of data collection, the data obtained are in the form of data obtained through observations, documentation, interviews and library studies which are then analyzed more deeply.

After calculating production costs, the results of the study show that Syiba Crispy's business is still said to be inefficient, it can be seen from the cost of raw materials and factory overhead costs which can still be streamlined again. For this reason, companies can apply the target costing method in an effort to increase production cost efficiency to increase profits. The obstacle that often occurs when implementing target costing is the need for insight into the cost of raw materials and factory overhead costs.

Keywords: Cost, Efficiency, Target Costing

Advisor 1 : Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA

Advisor 2 : Marina Lidya, S.Pd., M.Pd

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan dunia usaha, setiap perusahaan berlomba-lomba untuk mampu memunculkan inovasi-inovasi baru agar dapat bersaing di pasar. Perkembangan perusahaan diharapkan mampu memberikan pendapatan yang lebih besar. Untuk berkembang dan memasuki pasar baru, tentunya perusahaan akan menghadapi banyak persaingan. Semakin ketatnya persaingan mengharuskan setiap perusahaan harus mampu mengelola perusahaan secara efektif dan efisien, serta menciptakan kebijakan dan strategi yang dapat memberikan keuntungan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan mampu bertahan di pasar yang telah ada dan mengembangkan diri di pasar lainnya.

Pada era globalisasi, persaingan terjadi hampir di semua lini usaha. Sejalan dengan perkembangan teknologi pada zaman sekarang, jenis-jenis produk makin bertambah jumlahnya dan menjadikan persaingan dalam dunia usaha di Indonesia akhir-akhir ini menjadi ketat. Persaingan usaha tidak hanya terjadi pada perusahaan-perusahaan besar saja tetapi terjadi juga pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kondisi ini menyebabkan berbagai perusahaan dan UMKM berlomba-lomba membuat produk yang berkualitas yang baik demi memenangkan persaingan. Seiring dengan banyaknya produk yang berkualitas baik dengan harga yang wajar pula.

UMKM perlu memperhatikan mengenai penentuan harga jual selain karena adanya persaingan yang semakin kompetitif juga guna menghasilkan keuntungan tanpa mengorbankan kualitas dan nilai yang akan diberikan kepada pelanggan. UMKM tidak selalu memiliki kemampuan untuk menentukan harga jual pada produk seperti yang diinginkan. Seringkali terdapat sejumlah pesaing yang menjual produk yang sama dengan harga tertentu, sehingga dalam menentukan harga jual produk harus menyesuaikan dengan harga pesaing. Harga jual juga seringkali ditentukan oleh pasar, maka harga pasar digunakan untuk menentukan target biaya.

Dalam organisasi apapun, baik bisnis ataupun pemerintahan, akuntansi sangatlah penting. Akuntansi mempunyai peranan yang sangat penting bagi pembisnis, karena memberikan informasi penting mengenai biaya, pendapatan, laba rugi, dan proses pengendalian keuangan lainnya dan nantinya untuk mengacu pada pencatatan dan analisis suatu kegiatan bisnis. Dengan adanya peran akuntansi dalam bisnis, supaya pembisnis dapat memahami dimana pemasukan dan pengeluaran arus kas yang dimiliki, dengan adanya peran akuntansi, akan membantu dalam mengambil keputusan yang lebih tepat untuk menghindari kegagalan terhadap bisnis yang dimiliki. Umumnya informasi yang dihasilkan sifatnya lebih dalam dan biasanya tidak dipublikasikan.

Menurut Sumarsan (2013:1) Akuntansi adalah suatu seni untuk mengumpulkan, mengidentifikasi, mengklasifikasi, mencatat transaksi sesuai kejadian yang berhubungan dengan keuangan untuk mendapatkan informasi berupa laporan keuangan yang dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan.

Akuntansi biaya merupakan suatu bidang khusus, yaitu akuntansi yang bertujuan untuk mencatat, menghitung, menganalisis, mengawasi, dan melaporkan pada manajemen mengenai biaya-biaya yang terjadi selama proses produksi. Akuntansi biaya juga dimaksudkan untuk menentukan harga pokok produksi dan pengendalian biaya produksi, menyusun dan menaksirkan data biaya, baik biaya sebenarnya maupun biaya-biaya yang ditaksir yang akan digunakan oleh pimpinan perusahaan mengontrol operasi sekarang ataupun merencanakan operasi yang akan datang. Akuntansi biaya sebagai kunci atau alat yang penting untuk membantu manajemen dalam melakukan pertimbangan, perencanaan, pengawasan serta sebagai penilaian terhadap kegiatan perusahaan (Neneng Hartati, 2017).

Dalam akuntansi manajemen, didalamnya ada akuntansi biaya sebagai bagian dari akuntansi manajemen, dalam akuntansi biaya akan dipelajari penentuan dan pengendalian biaya yang terjadi dalam perusahaan yang pada akhirnya akan menghasilkan informasi biaya yang akan digunakan manajemen untuk mengambil keputusan. Hasil akhir akuntansi biaya adalah informasi tentang biaya produksi untuk kepentingan manajemen perusahaan industri, yang meliputi bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, penyimpanan, dan penjualan produk jadi.

Biaya produksi dalam perusahaan menjadi salah satu unsur yang cukup penting dalam pelaporan keuangan perusahaan. Biaya produksi adalah biaya yang timbul dari suatu proses produksi perusahaan manufaktur dalam membuat barang dan jasa yang akan di jual. Selain itu, kegiatan manajer dalam menganalisa proses

dan biaya produksi juga berguna untuk penetapan harga jual produk agar sesuai dengan margin yang diharapkan. Tujuan penentuan biaya produksi adalah untuk memaksimalkan laba perusahaan, yaitu menghasilkan pendapatan dan membandingkannya dengan biaya yang dikeluarkan.

Salah satu metode penentuan biaya produksi adalah *target costing*. *Target costing* adalah metode yang efektif dalam upaya pengurangan biaya produksi melalui pengevaluasian terhadap nilai produk (*value engineering*) dalam mempertahankan kepuasan yang diperoleh konsumen. Dengan mendesain ulang biaya - biaya, maka perusahaan dapat meraih keuntungan atau laba maksimal dari harga jual per unit produk. Lebih jauh lagi, perusahaan juga bisa melakukan penghematan biaya-biaya sebelum produk akan diproduksi. Sistem *Target Costing* menetapkan target biaya dengan mengurangi margin laba yang diharapkan dari harga pasar yang kompetitif. Harga pasar yang dikendalikan oleh situasi pasar dan target laba ditentukan oleh kondisi keuangan suatu perusahaan dan industri yang digelutinya.

Usaha Syiba Crispy adalah usaha rumahan yang bergerak dibidang kuliner. Syiba Crispy ini beralamat di Jl. Nusantara KM 20 RT 01 RW 04, Sungai Lekop, Bintan Timur Kijang, Kepulauan Riau. Syiba Crispy merupakan produsen keripik singkong, selain memproduksi keripik singkong usaha ini juga menjual aneka keripik dan cemilan crispy lainnya dan juga menerima pembelian dengan sistem curah dalam jumlah banyak yaitu 1 kg dengan harga Rp.60.000,-. keripik singkong memiliki 4 varian rasa yaitu original, kunyit, balado, dan pedas dengan harga jual Rp.12.000,- per bungkus dengan berat 200gr dan Syiba Crispy juga

mengeluarkan produk baru yaitu keripik manggleng pedas manis dengan harga jual Rp.18.000,- per bungkus tetapi produk ini tidak diproduksi setiap hari, keripik manggleng hanya diproduksi apabila ada permintaan atau *request* dari pelanggan.

Penjualan dengan harga tersebut dirasa kurang mampu mendapatkan laba yang diharapkan oleh usaha Syiba Crispy yaitu sebesar 25%. Selama ini pemilik usaha Syiba Crispy ini dalam menentukan harga jual masih menggunakan metode tradisional yaitu dengan menghitung biaya produksi ditambah dengan laba yang diinginkan terlebih dahulu, apabila biaya produksi tidak dikendalikan dengan baik maka akan berdampak pada harga jual yang akan semakin tinggi dan volume penjualan keripik singkong menurun.

Untuk mempertahankan usahanya dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, maka Syiba Crispy pastinya juga harus memiliki strategi yang baik untuk menghadapi persaingan selain meningkatkan kualitas produk, harga pokok produksi juga harus diperhitungkan dengan tepat yang sesuai dengan biaya produksinya. Syiba Crispy dalam menghitung harga pokok produksi untuk setiap produknya yaitu harga bahan baku ditambah biaya *overhead* pabrik lalu di bagi hasil produksi dalam kiloan atau kemasan. Keripik yang dijual oleh usaha Syiba Crispy tidak hanya dijual secara offline yaitu dengan menitipkan di supermaret atau swalayan sekitar tetapi juga sudah dilakukan secara online yaitu dapat dilakukan dengan cara mempromosikan di media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp, dan lain-lain.

Penggunaan media sosial tersebut sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan dan perluasan pemasaran produk keripik singkong. Banyaknya usaha keripik singkong yang ada menyebabkan persaingan yang sangat ketat. hal ini berdampak pada harga jual yang tidak bisa tinggi sehingga keuntungan yang didapat kurang maksimal. Peneliti akan melakukan Penerapan *target costing* bertujuan agar usaha Syiba Crispy mengetahui biaya produksi yang efisien sehingga bisa mencapai keuntungan yang diinginkan tanpa menaikkan harga jual produk.

Berdasarkan uraian tersebut, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Penerapan *Target Costing* dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Keripik Singkong pada Usaha Syiba Crispy”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka perumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana upaya efisiensi biaya produksi keripik singkong dengan menerapkan metode *target costing* pada usaha Syiba Crispy?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah yang akan dibahas, permasalahan dibatasi pada produk keripik singkong yang di produksi pada Bulan April Tahun 2021.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis upaya efisiensi biaya produksi keripik singkong dengan penerapan metode *target costing* pada usaha Syiba Crispy.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Ilmiah

Secara akademis penelitian ini berguna memperluas pengetahuan terhadap teori-teori ekonomi dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pembaca dan pihak pihak yang berkepentingan dalam mengetahui penerapan *target costing* dalam efisiensi biaya produksi keripik singkong pada usaha Syiba Crispy.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi penulis, untuk memperluas wawasan dan sebagai bahan penulisan skripsi yang merupakan syarat kelulusan dan untuk memperoleh gelar sarjana.
2. Bagi lembaga pendidikan, sebagai referensi khususnya pada teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini dan diharapkan dapat menjadi bahan bacaan serta juga informasi yang akan berguna untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi organisasi, untuk mengetahui sejauh mana penerapan target costing yang diteliti pada penelitian ini, diharapkan hasil penelitian ini dapat

digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak organisasi atau perusahaan.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini diawali dengan hal-hal yang bersifat umum yang kemudian pada bab-bab selanjutnya penulis membahas tentang hal-hal yang berkaitan langsung dengan judul dan disusun sedemikian rupa sehingga diharapkan akan memudahkan para pembaca untuk memahami apa yang dijelaskan oleh penulis. Adapun pembagian sistematika dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori yang berisikan pendapat/teori yang digunakan oleh penulis untuk mendukung proses penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini pembahasan meliputi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan data-data yang dihasilkan dari lapangan di analisis dengan metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya dengan metode penelitian. Dalam bab ini merupakan inti dari penelitian dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan 2 bagian kesimpulan yang merupakan rangkuman dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis berdasarkan perumusan masalah yang akan dibahas didalam skripsi, serta berbagai saran yang merupakan suatu bahan masukan yang akan diberikan penulis untuk pihak akademik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Pengertian Akuntansi

Definisi akuntansi menurut *Financial Accounting Standards Board* (FASB) (2017) merupakan kegiatan jasa yang berfungsi menyediakan suatu informasi kuantitatif yang kemudian digunakan untuk pengambilan keputusan ekonomi. Sedangkan menurut Paul Gradi (2017) akuntansi yaitu sebagai fungsi organisasi secara sistematis, dapat dipercaya dan original dalam mencatat, mengklasifikasi, memproses, membuat ikhtisar, menganalisa, menginterpretasi seluruh transaksi dan kejadian serta karakter keuangan yang terjadi dalam operasional perusahaan sebagai pertanggungjawaban atas kinerjanya.

Akuntansi menurut Sumarsan (2017:1) adalah suatu seni untuk mengumpulkan, mengidentifikasi, mengklasifikasikan, mencatat transaksi, serta kejadian yang berhubungan dengan keuangan, sehingga dapat menghasilkan informasi keuangan atau suatu laporan keuangan yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Menurut Dwi Martani (2016:4) Akuntansi merupakan suatu sistem dengan input data informasi dan output berupa informasi dan laporan keuangan yang bermanfaat bagi pengguna internal maupun eksternal entitas. Sebagai sistem, akuntansi terdiri atas input yaitu transaksi, proses yaitu kegiatan untuk merangkum transaksi, dan output berupa laporan keuangan.

2.1.1.1 Fungsi Akuntansi

Menurut Lantip Susilowati (2015:2) Setiap sistem utama akuntansi akan melaksanakan lima fungsi utamanya yaitu:

1. Mengumpulkan dan menyimpan data dari semua aktivitas dan transaksi perusahaan.
2. Memproses data menjadi informasi yang berguna pihak manajemen.
3. Memanajemen data-data yang ada kedalam kelompok-kelompok yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.
4. Mengendalikan kontrol data yang cukup sehingga asset dari suatu organisasi atau perusahaan terjaga.
5. Penghasil informasi yang menyediakan informasi yang cukup bagi pihak manajemen untuk melakukan perencanaan, mengeksekusi perencanaan dan mengontrol aktivitas.

2.1.2. Target Costing

2.1.2.1 Pengertian Target Costing

Menurut Himawan dan Pendajaya (2013) *Target Costing* adalah suatu metode penentuan biaya produk berdasarkan harga yang bersedia dibayar oleh konsumen, yang bertujuan untuk mengurangi biaya agar target laba yang dikehendaki dapat tercapai. Menurut Malue (2013) *Target Costing* adalah penentuan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang

kompetitif, sehingga produk tersebut akan dapat memperoleh laba yang diharapkan.

Biaya Target (*cost target*) adalah perbedaan antara harga penjualan yang dibutuhkan untuk menangkap pangsa pasar yang telah ditentukan terlebih dahulu dan laba per unit yang diinginkan (*desired profit*). Jika biaya target kurang dari apa yang saat ini dicapai maka manajemen harus menurunkan penurunan biaya yang menggerakkan biaya aktual ke biaya target produknya. (Dermawan Sjahrial dan Djahotman Purba, 2017)

2.1.2.2 Tujuan *Target Costing*

Menurut Monden dalam Febriana (2016, 4), *target costing* mempunyai dua tujuan, yaitu:

1. Untuk mengurangi biaya produk baru agar tingkat keuntungan yang dikehendaki dapat tercapai.
2. Untuk memotivasi seluruh karyawan perusahaan agar memperoleh laba target pada saat pengembangan produk baru dengan menjalankan metode *target costing* di seluruh aktivitas.

2.1.2.3 Konsep dan prinsip *Target Costing*

Proses *target costing* tidak hanya sekedar menentukan target biaya, tetapi termasuk cara mencapai biaya dan mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Proses *target costing* juga merupakan proses manajemen bisnis multifungsi yang dapat diterapkan melalui siklus hidup produk. Penerapan *target costing* juga memerlukan pemahaman dan implementasi praktik-

praktik terbaik dalam proses tersebut, yang dapat diperoleh dengan cara tolak ukur. Dalam proses tersebut juga diperlukan adanya pengembangan kerjasama yang baik dari berbagai perencanaan, dan koordinasi yang baik dalam internal perusahaan. Menurut Rudianto (2013:146), *target costing* ini memiliki tiga prinsip utama yang harus dilakukan sebagai berikut:

1. Harga jual mendahului biaya Sistem *target costing* menetapkan target biaya dengan mengurangi margin laba yang diharapkan dan harga pasar yang kompetitif. Harga pasar dikendalikan oleh situasi pasar dan target laba.
2. Fokus pada pelanggan sistem *target costing* digerakkan oleh pasar. Persyaratan pelanggan atas kualitas, biaya, dan waktu secara simultan diintegrasikan ke dalam produk dan keputusan proses, serta arah analisis biaya. Target biaya tidak boleh dicapai dengan mengorbankan tampilan yang diinginkan pelanggan, menurunkan kinerja atau keandalan suatu produk, atau menunda peluncuran produk di pasar.
3. Fokus pada desain sistem *target costing* mempertimbangkan desain produk dari proses sebagai kunci terhadap manajemen biaya. Perusahaan menghabiskan lebih banyak waktu pada tahap desain dan mengurangi waktu sampai ke pasar dengan menghilangkan perubahan yang mahal dan menghabiskan banyak waktu yang diperlukan di hari yang lain.

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

1. Harga menentukan biaya atau *price led costing*.
2. Fokus pada konsumen atau pelanggan.
3. Fokus pada desain produk

2.1.2.4 Tahap-Tahap Pelaksanaan *Target Costing*

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

1. Perencanaan korporasi.
2. Pengembangan proyek produk baru tertentu.
3. Penentuan rencana dasar untuk produk baru tertentu.
4. Rancangan produk.
5. Rencana pemindahan produk.

2.1.2.5 Kendala Penerapan *Target Costing*

Adanya kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing*. Menurut Witjaksono dalam Henry (2013:866) kendala- kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing*:

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

2.1.2.6 Karakteristik *Target Costing*

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

- a. *Target costing* digunakan pada tahap perencanaan dan desain. Tidak seperti *standar costing* yang digunakan pada tahap produksi, *target costing* lebih banyak digunakan pada tahap perencanaan dan desain.
- b. *Target costing* merupakan perencanaan biaya yang berujung pada pengurangan biaya, bukan pengendalian biaya.
- c. *Target costing* lebih cocok digunakan oleh perusahaan yang berorientasi pada perakitan yang membuat beraneka ragam produk dalam jumlah sedang dan sedikit dibandingkan dalam industri yang berorientasi pada proses yang ditandai dengan produksi yang terus menerus dan bersifat masal.

- d. *Target costing* digunakan untuk pengendalian spesifikasi desain dan teknik produksi. Oleh karena itu, *target costing* lebih banyak berorientasi pada manajemen dan teknik dibandingkan dengan akuntansi.

2.1.2.7 Implementasi *Target Costing*

Sebuah perusahaan yang sudah berdiri selama bertahun-tahun terbiasa dengan metode *based pricing*, biasanya akan mengalami kesulitan untuk bergeser menuju metode *target costing*. Manajemen perusahaan harus lebih memahami metode yang akan dilakukan dengan baik dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mengimplementasikannya. Menurut Rudianto (2013:148-149), untuk mengimplementasikan metode *target costing* dalam perusahaan, terdapat serangkaian fase yang harus dilalui oleh perusahaan, yaitu:

1. Menentukan harga jual yang kompetitif untuk menentukan harga pokok, terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan oleh manajemen seperti harga pokok pesaing, daya beli masyarakat, kondisi perekonomian secara umum, nilai tukar rupiah, dan lain-lain.
2. Menentukan laba yang diharapkan penentuan harga jual produk ini dipengaruhi oleh berbagai hal terkait, seperti pangsa pasar yang ingin diperoleh, tingkat pertumbuhan yang dicapai perusahaan, volume penjualan yang direncanakan, dan sebagainya. Unsur-unsur tersebut akan berpengaruh secara langsung terhadap laba produk yang ingin dicapai.

3. Menetapkan target biaya perusahaan dapat menentukan tingkat biaya yang diharapkan untuk menghasilkan produk yang diinginkan. Harga jual yang ditetapkan harus mewakili harga pasar supaya menjadi unsur penting dalam bersaing. Target Biaya = Harga Jual – Laba yang diharapkan.

2.1.3 Efisiensi

2.1.3.1 Pengertian Efisiensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), efisiensi ini dapat diartikan ialah sebagai ketepatan cara didalam melakukan sesuatu, serta kemampuan melaksanakan tugas dengan baik serta tepat tanpa membuang biaya, waktu dan juga tenaga.

Menurut Sedarmayanti (2014:22) Efisiensi adalah ukuran tingkat penggunaan sumber daya dalam suatu proses. Semakin hemat atau sedikit penggunaan sumber daya, maka prosesnya dikatakan semakin efisien. Proses yang efisien ditandai dengan perbaikan proses sehingga menjadi lebih murah dan lebih cepat.

2.1.4 Biaya Produksi

2.1.4.1 Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi adalah total biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dalam proses produksi yang bertujuan untuk menghasilkan suatu barang atau produk yang siap dipasarkan. Ada juga yang menyebutkan pengertian biaya produksi adalah akumulasi biaya yang diperlukan dalam proses produksi, mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Biaya produksi merupakan bagian dari harga pokok produksi yang dikorbankan dalam suatu usaha untuk memperoleh penghasilan, sedangkan harga pokok merupakan bagian dari harga pokok perolehan yang ditahan pembebanannya. Menurut Siregar dkk (2013:52) menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa. Menurut Rudianto (2013:17) menyatakan bahwa biaya produksi adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan sejumlah produk yang siap dijual.

Dapat disimpulkan bahwa *production cost* adalah ongkos produksi yang dikorbankan oleh suatu perusahaan untuk menghasilkan suatu barang jadi hingga barang tersebut masuk ke dalam pasar untuk dijual.

2.1.4.2 Jenis-Jenis Biaya Produksi

Jenis-jenis biaya produksi menurut Sugianto (2013:313) dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu biaya produksi jangka pendek dan biaya produksi jangka panjang.

1. Biaya produksi jangka pendek diturunkan dari fungsi produksi jangka pendek. Dengan demikian biaya produksi jangka pendek juga dicirikan oleh adanya biaya tetap.
2. Biaya produksi jangka panjang biaya yang dapat disesuaikan untuk tingkat-tingkat produksi tertentu.

2.1.4.3 Unsur-Unsur Biaya Produksi

Menurut Sunarto (2012:4) bahwa unsur-unsur biaya produksi adalah:

1. Biaya bahan baku, biaya ini timbul karena pemakaian bahan. Biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan yang dipakai dalam produksi untuk membuat barang. Biaya bahan baku merupakan bagian dari harga pokok barang jadi yang akan dibuat.
2. Biaya tenaga kerja, biaya ini timbul karena pemakaian tenaga kerja yang dipergunakan untuk mengolah bahan menjadi barang jadi. Biaya tenaga kerja langsung merupakan gaji dan upah yang diberikan tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pengolahan barang.
3. Biaya *overhead* pabrik, biaya ini timbul terutama karena pemakaian fasilitas untuk mengolah barang berupa mesin, alat-alat, tempat kerja,

dan kemudahan lain. Dalam kenyataannya dan sesuai dengan label biaya tersebut, kemudian biaya *overhead* pabrik adalah semua biaya selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung.

2.1.5 Efisiensi Biaya Produksi

Setiap perusahaan pada umumnya ingin melakukan efisiensi dalam kegiatan operasionalnya. Berbagai macam pola yang dilakukan agar pengeluaran terhadap operasional menjadi hemat. Peningkatan efisiensi dalam proses produksi akan menurunkan biaya per unit, sehingga produk yang dijual menghasilkan harga yang kompetitif dipasar. Menurut Mulyadi (2012, 63), mengemukakan bahwa efisiensi adalah ketepatan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga dan biaya. Efisiensi juga berarti rasio antara *output* dan *input* atau biaya dan keuntungan. Efisiensi dipakai dalam membuat sebuah perencanaan, dimana sebelum dilakukan pekerjaan terlebih dahulu direncanakan lebih awal sehingga pemborosan dapat ditekan.

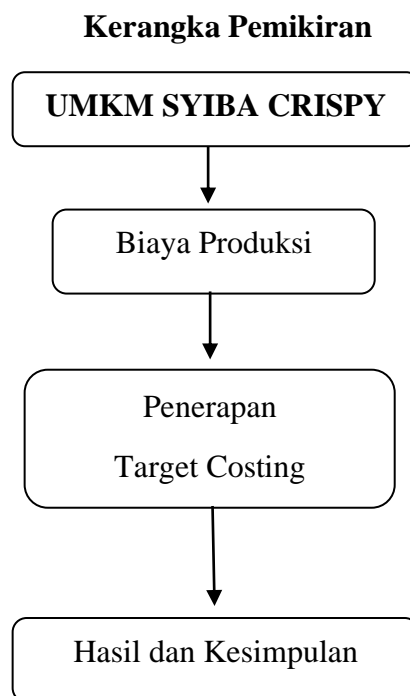
Menurut Mardiasmo dalam buku Abdul. H dan Muhammad, S.K (2012, 133), menyatakan bahwa Efisiensi diukur dengan rasio antara *output* dengan *input*. Semakin besar *output* dibanding *input* maka semakin tinggi efisiensi suatu organisasi. Berdasarkan pengertian di tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa efisiensi merupakan perbandingan *output* dan *input* dengan menggunakan sumber-sumber yang ada secara baik dalam pencapaian sasaran tersebut. Untuk mengetahui efisien atau tidaknya biaya produksi dilakukan dengan cara

menghitung selisih antara anggaran dengan realisasinya. Perusahaan harus tepat dalam menetapkan harga yang harus dikeluarkan untuk biaya produksi supaya efisien biaya produksi dapat secara konsisten diterapkan perusahaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Untuk mempermudah pemahaman dalam masalah penelitian, berikut dikemukakan kerangka pemikiran dari penelitian seperti skema berikut:

Gambar 2.1



Sumber: Konsep yang dikembangkan untuk penelitian (2022)

Dari kerangka pemikiran penelitian dilakukan di Usaha Syiba Crispy yang beralamat di Jl. Nusantara KM 20 RT 01 RW 04, Sungai Lekop, Bintan Timur Kijang. Kemudian melakukan identifikasi seluruh biaya produksi (Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja dan Biaya *Overhead* Pabrik) yang dikeluarkan dalam

satu bulan pada Usaha Syiba Crispy lalu melihat perhitungan Harga Pokok Produksi menurut Syiba Crispy dan melihat perhitungan Harga Pokok Produksi menggunakan *target costing*, lalu melihat perbandingan Harga Pokok Produksi sebelum menggunakan *target costing* dan setelah menggunakan *target costing*.

2.3. Penelitian Terdahulu

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai *target costing*, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, yaitu:

Gambar 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Judul, Peneliti, Tahun	Variabel/Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi pada PT. Celebes Mina Pratama. Jurgen Malue (2013)	Penerapan <i>Target Costing</i> sebagai sistem pengendalian biaya produksi	Deskriptif Kualitatif	Hasil analisis perbandingan biaya menurut perusahaan dengan <i>target costing</i> menunjukkan bahwa total <i>drifting cost</i> dari perusahaan lebih besar dibandingkan dengan total <i>drifting cost</i> dari <i>target costing</i> . Berdasarkan hasil analisis penerapan <i>target costing</i> yang menunjukkan bahwa penerapan <i>target costing</i> pada PT

				Celebes Mina Pratama lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan perusahaan selama ini.
2.	<p><i>Analisis Target Costing</i> dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Kotor pada Mandala Bakery.</p> <p>Nurul Iksan Arifin, Herman Karamoy, Meily Kalalo (2016)</p>		Deskriptif Kualitatif	<p>Hasil perhitungan mengenai analisis <i>target costing</i>, yang menunjukkan bahwa analisis <i>target costing</i> pada Mandala Bakery lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini, dan juga merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan untuk menekan biaya produksinya.</p>
3.	<p><i>Penerapan Target Costing</i> dalam Perencanaan Biaya Produksi pada CV. Sinar Mandiri.</p> <p>Febriana Martina Longdong (2016)</p>		Deskriptif Kualitatif	<p>Perusahaan belum menggunakan metode <i>target costing</i> dan masih menggunakan metode perhitungan tradisional.</p> <p>Metode <i>target costing</i> yang diterapkan pada CV. Sinar Mandiri berpengaruh terhadap</p>

				<p>biaya produksi, dimana menerapkan metode tersebut dengan pengendalian biaya yang menggunakan Rekayasa Nilai mampu mengurangi biaya produksi sehingga target laba yang diharapkan oleh perusahaan sebesar 30% tercapai, bahkan bisa mencapai 35% keuntungan yang dapat diperoleh. Dampak positif dari penerapan <i>target costing</i> tersebut sangat jelas terlihat pada perubahan jumlah biaya yang dikeluarkan.</p>
4.	<p>Penerapan Metode <i>Target Costing</i> dalam Perhitungan Biaya Produksi pada CV. HOKI <i>Production</i>. Rukmi Juwita, Muhammad Rizal Satria. (2017)</p>		<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Hasil perhitungan biaya produksi dengan menggunakan <i>value engineering</i> lebih kecil dibandingkan dengan biaya produksi yang belum menggunakan metode <i>target costing</i>. Berdasarkan hasil perhitungan biaya produksi menggunakan</p>

				<p>metode <i>target costing</i> dengan alternatif rekayasa nilai (<i>value engineering</i>), menunjukkan bahwa penerapan target costing pada UKM konveksi CV. HOKI production lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini.</p>
5.	<p>Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> dalam Upaya Pengendalian Biaya Produksi pada CV Multi Bangunan. Beta Maya Alvio Dinda, Yulinartati, Astrid Maharani. (2021)</p>		<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>target costing merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan CV. Multi Bangunan. Hal itu dapat diketahui dari perbedaan jumlah total biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan sebelum dan sesudah menggunakan metode <i>target costing</i> pada tahun 2019. Penggunaan metode <i>target costing</i> dalam pengendalian biaya produksi merupakan</p>

				alternatif yang baik dalam menurunkan atau menekan biaya pada CV Multi Bangunan.
6.	<p>Penerapan <i>Target Costing</i> dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba.</p> <p>Eza Gusti Anugerah, Imam Mas'ud, Nining Ika Wahyuni. (2017)</p>			<p>hasil perhitungan mengenai penerapan <i>target costing</i> yang telah dibandingkan dengan biaya produksi sebelum diterapkan <i>target costing</i>, menunjukkan bahwa dengan diterapkan <i>target costing</i> pada Sumber Madu dapat dengan baik menekan biaya produksi dan meningkatkan laba hingga tercapai laba yang diinginkan. Target laba sebesar 25% dari satu unit produk dapat tercapai dengan baik menggunakan metode tersebut.</p>

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, Menurut Moleong (2017:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. karena menggambarkan keadaan objek penelitian atau masalah yang ada dalam penelitian, dalam penelitian ini masalah metode *target costing* dalam upaya efisiensi biaya produksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui biaya produksi dalam pembuatan keripik singkong menggunakan metode *target costing*.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana dalam penelitian ini lebih menekankan pada makna dan proses daripada hasil suatu aktivitas. Metode atau analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Sugiyono (2016:21) mendefinisikan bahwa metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan ini penulis menggunakan 2 (dua) jenis data yaitu data primer dan data sekunder:

3.2.1.Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer. Pihak yang diwawancara adalah owner dari usaha Syiba Crispy dalam rangka memperoleh data berupa struktur organisasi, dan data-data lain.

3.2.2.Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah sesuai dengan Undang-Undang Ketenagakerjaan, buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai system pengendalian internal atas sistem dan prosedur penggajian dalam usaha mendukung efisiensi biaya tenaga kerja. Dalam penelitian ini data-data dikumpulkan oleh peneliti dari laporan keuangan usaha Syiba Crispy kemudian diolah untuk menghasilkan informasi.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, sehingga dapat mencapai tujuan dari penelitian, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Pengumpulan data melalui metode wawancara ini dilakukan secara langsung dengan owner usaha Syiba Crispy.

2. Observasi

Pengumpulan data melalui metode observasi dengan cara melihat langsung mengenai kegiatan yang dilakukan oleh usaha Syiba Crispy.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data primer dan sekunder yang tersedia pada usaha Syiba Crispy.

3.4. Teknik Pengolahan Data

Untuk memulai penelitian, peneliti mulai mengumpulkan dan mempelajari literatur-literatur dari penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai landasan teori untuk melakukan penelitian dan pembahasan masalah dalam penelitian ini. Kemudian peneliti melakukan peninjauan ke usaha Syiba Crispy, sebagai objek untuk memperoleh data yang diperlukan untuk pembahasan.

3.5. Teknik Analisis Data

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

Penerapan metode *target costing* dalam perusahaan, terdapat serangkaian fase yang harus dilalui oleh perusahaan menurut Rudianto (2013,148), yaitu:

- 1) Menentukan harga jual yang kompetitif.
- 2) Menentukan laba yang diharapkan.
- 3) Menetapkan target biaya (*target cost*).

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

- 4) Melakukan rekayasa nilai (*value engineering*)
- 5) Menggunakan *kaizen costing* dan pengendalian operasi.

Berdasarkan tahapan-tahapan diatas, yang perlu diperhatikan adalah tahap kelima. Tahap kelima tidak harus dilakukan apabila *target cost* sudah tercapai, namun apabila dalam keempat tahapan sebelumnya *target cost* belum tercapai maka tahapan kelima perlu dilakukan. seperti yang diungkapkan Tandiontong dan Supriyadi (2013, 32): “Tahapan terakhir adalah jika *target cost* tersebut tidak dapat dicapai maka lakukan *value engineering* dan atau dapat *kaizen costing*

untuk menurunkan biaya sehingga *target cost* dapat dicapai.”

Adapun tahapan terakhir dalam penelitian ini adalah membandingkan perhitungan biaya produksi dan laba menurut metode biaya standar yang diterapkan perusahaan atau sebelum penerapan metode *target costing* dengan hasil perhitungan biaya produksi dan laba menurut metode *target costing*.

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi Penelitian ini adalah usaha Syiba Crispy, sedangkan jadwal yang telah direncanakan dalam penelitian ini dilakukan selama 3 (tiga) bulan.

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Pelaksanaan					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Perencanaan	■					
2	Observasi Pra-Penelitian	■					
3	Penulisan BAB I, II & III	■	■	■			
4	Seminar Proposal				■		
5	Revisi BAB I, II & III				■	■	
6	Wawancara				■		
7	Observasi & Dokumentasi				■		
8	Penulisan BAB IV & V				■	■	
9	Revisi BAB IV & V				■	■	
10	Sidang Skripsi						■

Sumber : Rencana Penelitian (2022)

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Kamaruddin. 2017. Akuntansi Manajemen. Edisi revisi, cetakan ke-10, Juni 2015 Edisi revisi, cetakan ke-11, Januari 2017. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2017.
- Dermawan Sjahrial & Djahotman Purba. Akt. 2017. Akuntansi Manajemen. Edisi ke-2, cetakan kesatu. Jakarta : Mitra Wacana Media, 2017.
- Catur Sasongko (2016), Akuntansi Suatu Pengantar. Salemba Empat, Jakarta.
- Warsono, Sony. 2013. Akuntansi Pengantar 1, Edisi Kedua. Yogyakarta: AB Publisher Yogyakarta.
- Yusup, Haryono. 2012. Dasar-dasar Akuntansi, edisi 7 Cetakan Kedua, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Sujarweni, Wiratna, V. 2016. Pengantar Akuntansi, Yogyakarta
- Henry Simamora (2012), Akuntansi Manajemen. Jakarta: Star Gate Publisher
- Al Haryono Jusup, 2011, “Dasar-Dasar Akuntansi”, Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Hartati, Neneng, 2017. Akuntansi Biaya, Penerbit CV. Pustaka Setia. Bandung.
- Sumarsan, Thomas, 2017, Perpajakan Indonesia, Jakarta, Indeks.
- Analisis Penerapan Target Costing sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi pada PT. Celebes Mina Pratama. Malue, Jurgen. 2013. Manado : Universitas Sam Ratulangi : s.n., Juni 2013, Vol. I, pp. Hal.949-957. 2303-1174.
- Armanto Witjaksono (2013). Akuntansi Biaya. Edisi Revisi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susilowati, Lantip, 2015. Mahir Akuntansi Perusahaan Jasa dan Dagang. Yogyakarta: Kalimasada,
- Rudianto (2013). Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis. Jakarta: Erlangga.
- Siregar, Baldric, Suripto, Bambang, dkk, 2013, “Akuntansi Biaya”, Edisi kedua, Bab 2,7,9-11, Salemba Empat, Jakarta.
- Riduwan dan Sunarto, H. (2012). Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Mulyadi. 2012. Akuntansi Biaya, Edisi 5, Cetakan sebelas. Yogyakarta : STIE YKPN

Abdul, H., & Muhammad, S. K. (2012). Teori, Konsep dan Aplikasi AKUNTANSI SEKTOR PUBLIK. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Dwi Martani, dkk. 2014. Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK. Jakarta: Salemba Empat.

Arifin, N. I., Karamoy, H., & Kalalo, M. 2016. Analisis *Target Costing* dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Kotor pada Mandala Bakery. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(3), 635–646.

Longdong, F. M. 2016. Penerapan *Target Costing* dalam Perencanaan Biaya Produksi Pada CV Sinar Mandiri. Jurnal EMBA, 4(1), 1409–1418.

Rukmi, J. & Muhammad, R. S. 2017. penerapan metode *target costing* dalam perhitungan biaya produksi pada CV. HOKI *Production*. Jurnal Kajian Akuntansi, Vol 1, (2), 2017, 184-193.

Eza, G., Imam, M., & Nining, I. W. 2017. Penerapan Target Costing dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba. e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017, Volume IV (1) : 19-23

T. C. Caroline., H.R.N. Wokas. Analisis Penerapan Target Costing DAN ACTIVITY-BASED COSTING SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM PENGENDALIAN BIAYA PRODUKSI PADA UD. BOGOR BAKERY

CURRICULUM VITAE



BIODATA :

Nama : Zukhrufi Salsabil Kita
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : 09 Juli 1997
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Alamat : Jl. Raya Dompok, Perumahan Pinang Raya
Blok.B No. 12
Email : zukhrufisalsabil@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN :

Sekolah Dasar (SD) : SD Negeri 001 Tanjungpinang Timur
Sekolah Menengah Pertama (SMP) : SMP Negeri 2 Tanjungpinang
Sekolah Menengah Atas (SMA) : SMA Negeri 3 Tanjungpinang
Perguruan Tinggi : STIE Pembangunan Tanjungpinang