

PENERAPAN TARGET COSTING DALAM UPAYA MENINGKATKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI

Elita Tia Monica Manalu¹; Resi Restu Hia²; Ardin Dolok Saribu³; Nopitri Zega⁴; Juni Debora Sijabat⁵; Jestri Sumerdi Nainggolan⁶; Mula Simatupang⁷

FEB Program Studi Akuntansi, Universitas Hkbp Nommensen Medan
Jln. Sutomo No.4A, Perintis, Sumatera Utara, (061) 4522922
E-mail : elita.manalu@student.uhn.ac.id (Koresponding)

Abstract: The main objective of this critical journal is to analyze the advantages and disadvantages of the main journal articles in the application of target costing in an effort to improve production cost efficiency. This study uses a target costing approach which is expected to be an effective production cost control tool. The research method used is the literature study method. The main journal used is "Target Costing: Exploring The Concept And Its Relation To Competitiveness" and several other national comparative journals. The results of the study revealed that the Implementation of Target Costing is a crucial strategy in improving the efficiency of the company's production costs amidst increasingly tight market competition, Target Costing allows companies to be more adaptive to changes in consumer needs and tastes. Strategically, Target Costing not only functions as a cost control tool, but also as a managerial approach that is integrated with long-term planning, Target Costing not only functions as a cost control tool, but also as a managerial approach that is integrated with long-term planning

Keywords: *Target costing, Efficiency, Production costs, Competitiveness, Cost control*

Dalam beberapa tahun terakhir, dunia industri menghadapi tekanan besar dari berbagai sisi yang memaksa perusahaan untuk meninjau ulang pendekatan mereka terhadap efisiensi biaya produksi. Fenomena global seperti naiknya harga bahan baku, inflasi pasca-pandemi, ketegangan geopolitik, hingga fluktuasi nilai tukar mata uang telah membuat struktur biaya produksi semakin tidak stabil. Banyak perusahaan mengalami kenaikan biaya produksi yang tidak sebanding dengan kenaikan harga jual produk, sehingga margin keuntungan terus tergerus. Tidak hanya itu, munculnya pemain-pemain baru dari negara dengan biaya produksi rendah seperti Tiongkok, Vietnam, dan India menyebabkan produk lokal harus bersaing tidak hanya dari sisi kualitas, tetapi juga dari sisi harga. Konsumen pun semakin kritis dan rasional dalam memilih produk. Kecenderungan pasar yang sangat sensitif terhadap harga membuat perusahaan tidak bisa lagi hanya mengandalkan keunggulan produk tanpa mempertimbangkan biaya yang efisien (Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen, 2015).

Namun ironisnya, masih banyak perusahaan yang menangani persoalan biaya

produksi secara reaktif. Mereka baru menyadari adanya pembengkakan biaya setelah produk memasuki tahap produksi massal. Pendekatan biaya yang hanya dilakukan di belakang melalui pengendalian atau pemotongan biaya produksi tidak lagi relevan dalam menghadapi kompleksitas dan tuntutan pasar saat ini. Di tengah fenomena tersebut, metode *Target Costing* muncul sebagai pendekatan strategis yang menjawab kebutuhan efisiensi biaya dari akar permasalahan: yaitu sejak awal pengembangan produk. *Target Costing* bukan hanya metode akuntansi, melainkan juga alat manajerial strategis yang mendesain biaya berdasarkan harga pasar dan ekspektasi pelanggan.

Fenomena ini sejalan dengan hasil kutipan (Lima & Fortaleza, 2018). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Target Costing merupakan artefak manajerial yang mampu menyatukan kepentingan pelanggan, produsen, dan pasar dalam satu pendekatan sistemik. Tidak hanya itu, Target Costing juga terbukti berkontribusi terhadap

keunggulan kompetitif perusahaan melalui efisiensi struktural, inovasi produk, serta kecepatan time-to-market. Lebih jauh, dijelaskan bahwa hingga 80% dari total biaya produk telah ditentukan pada fase awal desain dan pengembangan produk.

(Lima & Fortaleza, 2018) menjelaskan bahwasannya target costing menjadi strategi pemuliaan biaya yang berfokus pada perencanaan laba yang terintegrasi dengan desain produk dan kebutuhan pasar dan menetapkan harga target berdasarkan preferensi pelanggan dan memotong biaya sepanjang siklus hidup produk, perusahaan dapat mencapai efisiensi biaya yang diperlukan untuk meningkatkan daya saingnya.

(Oinike et al., n.d.), cenderung fokus pada aspek pengurangan biaya tanpa penekanan yang kuat pada efisiensi operasional secara keseluruhan. Mereka membahas untuk memperdalam pemahaman mengenai bagaimana target costing tidak hanya berfungsi sebagai alat pengurangan biaya, tetapi juga sebagai metode untuk mendorong efisiensi. Dengan mencatat adanya keterbatasan dalam adopsi target costing di beberapa perusahaan, yang dapat menghambat potensi efisiensi biaya yang dapat dicapai. Keterbatasan ini mungkin disebabkan oleh kurangnya pemahaman manajemen tentang proses target costing dan bagaimana mengintegrasikannya ke dalam strategi perusahaan.

Dalam praktiknya, *Target Costing* menuntut kolaborasi lintas fungsi antara bagian pemasaran, teknik, desain, dan produksi. Seluruh unit kerja harus berkontribusi untuk merancang produk yang sesuai dengan keinginan pasar namun tetap efisien secara biaya. Namun, implementasi *Target Costing* tidaklah mudah. Banyak perusahaan menghadapi hambatan budaya organisasi, keterbatasan data, serta kurangnya pemahaman tentang pentingnya keterlibatan seluruh rantai nilai, termasuk pemasok. Dalam konteks Indonesia, fenomena ini menjadi sangat relevan. Banyak industri manufaktur, khususnya di sektor UMKM dan perusahaan menengah,

masih terjebak dalam pola pikir tradisional yang mengutamakan pengendalian biaya setelah produksi.

Dengan melihat kompleksitas fenomena tersebut, "Penerapan Target Costing dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Harga Pokok Produksi" tidak hanya berfokus dalam aspek teknis penghitungan biaya, tetapi juga dalam bagaimana *Target Costing* diimplementasikan sebagai proses organisasi yang terstruktur dan kolaboratif. Ini juga berkontribusi pada pengembangan pengetahuan dalam bidang manajemen biaya dengan menekankan efisiensi sebagai komponen kunci dalam penerapan *target costing*. Penerapan *target costing* dalam meningkatkan efisiensi biaya produksi merupakan fenomena yang signifikan dalam manajemen biaya.

METODE

Metode penelitian menggunakan cara ilmiah untuk dapat membandingkan jurnal utama dengan jurnal pembanding. Penelitian ini menggunakan studi Pustaka dengan mengumpulkan, menganalisis, mengidentifikasi dari berbagai sumber informasi yang relevan seperti buku, jurnal, artikel, laporan penelitian dan sumber-sumber lainnya dengan topik penelitian. Ini adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan dasar pengetahuan, teori, dan informasi yang relevan dengan masalah yang diteliti.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan antar jurnal utama dan jurnal pembanding. Studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelola bahan penelitian yang melibatkan elemen-elemen penting seperti pemilihan sumber-sumber kepustakaan yang relevan dengan topik yang dianalisis. Dalam studi literatur juga menggabungkan berbagai pendapat dari para peneliti dengan berbagai sumber yang ada kemudian akan ditarik sebuah kesimpulan. Tujuan dari studi literatur

sebagai dasar pijakan atau fondasi untuk membangun kerangka berpikir, landasan teori dan hipotesis (Kartiningrum, 2015).

HASIL

Hasil penelitian didapatkan hasil yang menyatakan bahwasannya Penerapan *Target Costing* merupakan strategi yang krusial dalam meningkatkan efisiensi biaya produksi perusahaan di tengah kompetisi pasar yang semakin ketat, *Target Costing* memungkinkan perusahaan untuk lebih adaptif terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen. Secara strategis, *Target Costing* tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendalian biaya, tetapi juga sebagai pendekatan manajerial yang terintegrasi dengan perencanaan jangka panjang, *Target Costing* tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendalian biaya, tetapi juga sebagai pendekatan manajerial yang terintegrasi dengan perencanaan jangka panjang.

PEMBAHASAN

Target Costing dimulai dengan menentukan harga jual produk berdasarkan analisis pasar. Dengan ini, perusahaan dapat menetapkan target biaya produk yang harus dicapai untuk memastikan profitabilitas. Ini membantu dalam mengarahkan fokus manajemen pada biaya yang relevan dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu. *Target Costing* juga dapat membantu dalam mendorong inovasi dalam desain dan produksi, melalui teknik seperti rekayasa nilai dan pengurangan biaya berbasis rekayasa.

Penerapan target costing dapat memengaruhi kualitas produk, tergantung pada bagaimana strategi ini diimplementasikan oleh perusahaan. Namun, jika fokus perusahaan hanya tertuju pada pencapaian target biaya tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kepuasan pelanggan, target costing justru bisa berdampak negatif terhadap kualitas produk. Penggunaan bahan baku yang lebih murah atau pengurangan fitur penting demi menghemat biaya dapat menurunkan daya tahan, performa, maupun nilai estetika produk. Oleh karena itu, keberhasilan target

costing sangat bergantung pada keseimbangan antara efisiensi biaya dan komitmen terhadap standar kualitas yang diharapkan pasar.

Kelebihan Jurnal Utama

Kekuatan utama dari jurnal ini terletak pada pendekatan konseptualnya yang mendalam dan komprehensif. Di sini, *target costing* dijelaskan sebagai alat yang memungkinkan perusahaan menyesuaikan produk terhadap permintaan pasar, mempercepat proses inovasi (time-to-market), dan menciptakan diferensiasi yang bermakna di mata pelanggan.

Pada kutipan (Sari & Martadinata, 2023), memiliki pendekatan yang lebih sempit dan fokus pada penghematan biaya produksi kopi melalui penerapan target costing. Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif dan berorientasi pada hasil praktis, seperti efisiensi pengeluaran dan peningkatan persentase laba. Begitu pula dengan (Salea, 2023) yang meneliti CV. Arrko Jaya, mengusung tujuan serupa menggunakan target costing untuk mengefisienkan biaya produksi dan meningkatkan laba kotor. Jurnal ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang sederhana, dengan pembahasan yang sangat berfokus pada angka dan hasil akhir.

(Darmayasa et al., 2019) yang membahas PT. Hilal Gemilang Khair juga menggunakan studi kasus sebagai pendekatan. Meskipun membahas manfaat target costing dalam meningkatkan efisiensi biaya produksi, diskusi yang dilakukan tetap terbatas pada tingkat operasional, seperti perbandingan biaya per kilogram sebelum dan sesudah penerapan target costing. Penelitian Ini tidak mengangkat perspektif konseptual yang lebih tinggi seperti hubungan target costing dengan nilai pelanggan, daya saing, atau struktur organisasi dalam konteks manajemen strategis. Selanjutnya, (Muhamad Yusuf Saefullah, 2022) merupakan karya ilmiah berbentuk skripsi yang meneliti CV. Taruna Bogor. Penelitian ini memang mengangkat

aspek value engineering dalam target costing, namun tetap dalam kerangka yang sempit, yakni bagaimana target costing dapat digunakan untuk menekan biaya dalam proses produksi mi glosor.

Sementara itu (Oinike et al., n.d.) menyampaikan informasi yang lebih luas tentang target costing, termasuk konsep dasar, manfaat, dan relevansi terhadap strategi bisnis. Namun, penyajiannya masih bersifat ringkasan teori dan belum disertai eksplorasi yang mendalam atau sintesis konsep-konsep manajerial yang kompleks.

Jurnal ini juga sangat kuat dalam memaparkan dimensi organisasi dari *Target Costing*, terutama melalui penekanan pada pentingnya kolaborasi lintas fungsi. Kelebihan lain yang menonjol dari jurnal ini adalah keberaniannya mengungkap tantangan dan keterbatasan nyata dalam penerapan *Target Costing*. Tak kalah penting, jurnal ini juga menawarkan kerangka proses *Target Costing* secara sistematis, mulai dari penetapan harga pasar, perhitungan margin laba, hingga pembagian target biaya ke tiap komponen produk. Terakhir, kelebihan signifikan dari jurnal ini adalah bahwa ia membuka ruang luas untuk penelitian lanjutan.

Dengan berbagai kekuatan tersebut, (Lima & Fortaleza, 2018), dapat dianggap sebagai literatur yang penting dan relevan, terutama dalam menjelaskan dimensi strategis dan organisasional dari *Target Costing*. Menurut (Oinike et al., n.d.), terlihat bahwa *target costing* diakui sebagai metode yang efektif dalam mengendalikan biaya produksi dan menetapkan harga yang kompetitif. Jurnal ini bahkan menyebut target costing sebagai filosofi manajemen yang menyatukan berbagai fungsi dalam perusahaan.

Dibandingkan dengan jurnal yang lebih aplikatif seperti karya (Sari & Martadinata, 2023), yang meneliti penerapan target costing pada CV. Dewi Starindo, terlihat perbedaan yang mencolok dari sisi keluasan pembahasan. Penelitian tersebut lebih menekankan pada penghitungan efisiensi biaya produksi dan peningkatan laba

secara kuantitatif—yaitu penghematan sebesar Rp 43 juta yang meningkatkan laba dari 23% menjadi 27%. Menurut (Lima & Fortaleza, 2018) metode ini memiliki kedalaman dan keluasan konsep yang lebih unggul karena menjembatani antara teori manajerial dan realitas strategi pasar.

Keterbatasan yang sama juga terlihat dalam (Salea, 2023) tentang CV. Arko Jaya Kawangkoan. Studi ini memang menyentuh penerapan target costing dalam efisiensi biaya produksi pakan ternak dan menunjukkan hasil positif dalam bentuk peningkatan laba kotor, namun pembahasan masih bertumpu pada pengelolaan biaya bahan baku secara internal. Sedangkan (Lima & Fortaleza, 2018), menekankan bahwa keberhasilan *target costing* sangat bergantung pada keterlibatan tim multidisiplin yang terintegrasi sejak awal proses desain hingga peluncuran produk. Dengan demikian, keunggulan (Lima & Fortaleza, 2018) tidak hanya terletak pada penguasaan teoritis, tetapi juga pada pemahaman mendalam terhadap dinamika internal organisasi yang mendorong efisiensi strategis.

(Darmayasa et al., 2019) yang meneliti PT. Hilal Gemilang Khair, menyajikan penerapan *target costing* secara deskriptif dengan hasil efisiensi sebesar Rp 217,04/kg. Namun, penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus tradisional yang berfokus pada selisih harga pokok produksi sebelum dan sesudah *target costing*, tanpa memberikan refleksi terhadap strategi adaptasi pasar atau inovasi model bisnis. Padahal, seperti yang disampaikan oleh (Lima & Fortaleza, 2018), *target costing* yang efektif justru dimulai dari pemahaman pasar terlebih dahulu menentukan harga jual dari permintaan pasar dan kemudian menyesuaikan struktur biaya dan desain produk agar sesuai. Di sinilah letak perbedaan mendasar (Lima & Fortaleza, 2018) dan (Darmayasa et al., 2019) dimana salah satu membahas *target costing* sebagai bagian dari strategi proaktif, sementara yang lain cenderung reaktif terhadap kondisi biaya yang sudah terjadi.

(Muhamad Yusuf Saefullah, 2022), yang meneliti CV. Taruna, pendekatan *target costing* difokuskan pada efisiensi produksi mie glosor melalui desain ulang komponen biaya, dibandingkan (Lima & Fortaleza, 2018) yang justru menempatkan *target costing* sebagai proses organisasi menyeluruh (*organization-wide process*), yang membutuhkan koordinasi dari seluruh pemangku kepentingan internal maupun eksternal.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa (Lima & Fortaleza, 2018) lebih unggul karena tidak hanya mendalami aspek teoritis dari *target costing*, tetapi juga mengintegrasikan konsep tersebut dalam konteks persaingan global dan manajemen strategis.

Kelemahan Jurnal Utama

Kelemahan pertama terletak pada minimnya dukungan data empiris atau studi kasus nyata dalam jurnal tersebut. Kelemahan kedua adalah jurnal ini tidak secara eksplisit membahas konteks industri atau sektor usaha tertentu. Selanjutnya, aspek budaya organisasi dan kesiapan sumber daya manusia dalam penerapan *Target Costing* juga tidak banyak dibahas. Ketiadaan pembahasan ini menjadi celah yang seharusnya bisa memperkaya diskusi jurnal agar lebih menyentuh realitas organisasi. Kelemahan berikutnya adalah belum tergarapnya dimensi teknologi secara komprehensif dalam mendukung *Target Costing*.

(Menurut Ruth Oinike Theresia Sihite, 2024) misalnya, tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi langsung menunjukkan hasil kuantitatif berupa penghematan biaya produksi sebesar Rp. 43 juta, serta peningkatan laba dari 23% menjadi 27%, melalui analisis menyeluruh terhadap elemen biaya dan harga jual. Pendekatan aplikatif ini juga terlihat dari (Sari & Martadinata, 2023), yang meneliti CV. Dewi Starindo. Penelitian tersebut menegaskan bahwa *target costing* memberikan dampak nyata terhadap efisiensi biaya dan pencapaian target laba, dengan menekankan pada pengendalian biaya bahan baku, rekayasa

nilai, dan pendekatan langsung terhadap penyesuaian harga jual di tengah persaingan pasar lokal. Dengan kata lain, jurnal ini menutupi kelemahan (Lima & Fortaleza, 2018) yang kurang menyentuh aspek praktik nyata di lapangan.

(Salea, 2023) yang membahas CV. Arko Jaya Kawangkoan juga memperkuat argumen bahwa *target costing* dapat dijadikan alat evaluasi biaya secara terstruktur. Peneliti menguraikan secara jelas tahap-tahap penerapan *target costing* mulai dari penetapan harga pasar, target laba, hingga pencapaian efisiensi biaya dan peningkatan laba kotor sebesar Rp. 394 juta.

Kelebihan dari pendekatan seperti ini adalah kemampuannya dalam mengilustrasikan bagaimana proses pengambilan keputusan manajerial dibentuk dari data aktual, bukan hanya didasarkan pada kerangka konseptual. Hal ini menjadi titik (Lima & Fortaleza, 2018) yang tidak menyajikan contoh penerapan nyata di perusahaan atau organisasi bisnis tertentu, sehingga pembaca sulit membayangkan dampak langsung konsep strategis yang dijelaskan. Kutipan (Darmayasa et al., 2019) dari PT. Hilal Gemilang Khair semakin memperlihatkan keunggulan pendekatan praktis. Penelitian ini menunjukkan bahwa melalui penerapan *target costing*, perusahaan berhasil menurunkan biaya produksi sebesar Rp. 217/kg (sekitar 3,45%). Selain itu, jurnal ini juga membandingkan metode *target costing* dengan pendekatan biaya tradisional, dan menunjukkan perbedaannya secara nyata dari segi proses dan hasil akhir. Ketika (Lima & Fortaleza, 2018) lebih menekankan pada pengaruh jangka panjang dan teori manajemen strategis, jurnal ini menyajikan pengujian empiris yang langsung dapat ditindaklanjuti oleh perusahaan yang sedang mengalami kendala efisiensi biaya

Saefullah (2022), yang mengambil studi kasus pada CV. Taruna, efektivitas *target costing* diukur secara langsung melalui evaluasi perbedaan antara biaya produksi sebelum dan sesudah penerapan metode ini. Terjadi efisiensi biaya dari Rp.

1.736.938.080 menjadi Rp. 1.656.497.520. Penelitian ini bahkan menjelaskan secara rinci bagaimana perusahaan melakukan penyesuaian desain produk (mie glosor), penghematan bahan baku, dan pengendalian biaya tenaga kerja. Ini berbanding terbalik (Menurut Afonso Carneiro Lima,dkk. 2014) yang tidak menyajikan model implementasi langsung, terutama dalam konteks perusahaan dengan keterbatasan modal, SDM, atau skala produksi. Dengan demikian, jurnal pembandingan bersama dengan jurnal (Oinike et al., n.d.), menampilkan pendekatan *evidence-based* yang konkret, sistematis, dan realistis. Pendekatan ini secara tidak langsung menyoroti kelemahan (Lima & Fortaleza, 2018). Jika jurnal utama sangat ideal untuk perumusan strategi tingkat makro dan korporasi besar, maka jurnal pembandingan lebih relevan untuk kebutuhan mikro dan implementasi langsung, menjadikannya pelengkap sekaligus penguat dalam melihat celah kelemahan jurnal Afonso secara objektif.

SIMPULAN

Penerapan *Target Costing* merupakan strategi yang krusial dalam meningkatkan efisiensi biaya produksi perusahaan di tengah kompetisi pasar yang semakin ketat. Dengan mengedepankan pemahaman tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan, *Target Costing* memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga yang kompetitif serta mengendalikan biaya secara efektif sejak tahap awal pengembangan produk. Ini tidak hanya berdampak positif pada biaya dan profitabilitas, tetapi juga meningkatkan inovasi produk dan kepuasan pelanggan. Meskipun pembahasan ini sangat kuat dari sisi teoritis dan konseptual, masih terdapat celah yang bisa dijadikan landasan untuk penelitian lanjutan, terutama dalam menjawab tantangan praktis implementasi *Target Costing* di berbagai konteks industri dan organisasi yang beragam.

Secara strategis, *Target Costing* tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendalian biaya, tetapi juga sebagai pendekatan manajerial yang terintegrasi dengan

perencanaan jangka panjang. Strategi ini membantu perusahaan merumuskan kebijakan pengembangan produk secara lebih rasional, berdasarkan data dan tujuan profitabilitas yang terukur.

Walaupun terdapat tantangan dalam implementasinya, seperti fokus berlebihan pada pengendalian biaya yang dapat mengabaikan kualitas, pengelolaan yang efektif dalam menerapkan *Target Costing* dapat membantu perusahaan mencapai tujuan jangka panjang mereka. Dengan berkolaborasi lintas fungsi dan mengintegrasikan *Target Costing* ke dalam strategi bisnis, perusahaan dapat menciptakan nilai lebih dan beradaptasi terhadap dinamika pasar yang terus berubah. Hal ini menjadikan *Target Costing* sebagai alat manajerial yang relevan dan penting dalam dunia bisnis modern.

DAFTAR RUJUKAN

- Aisyah, M. N. (2012). Peran Strategi, Sumber Daya serta Perubahan Teknologi dan Lingkungan Terhadap Penciptaan Keunggulan Kompetitif yang Berkesinambungan. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 89–100.
<https://doi.org/10.21831/jep.v4i1.620>
- Ansari, S., Bell, J., & Okano, H. (2006). Target Costing: Uncharted Research Territory. *Handbooks of Management Accounting Research*, 2, 507–530.
[https://doi.org/10.1016/S1751-3243\(06\)02002-5](https://doi.org/10.1016/S1751-3243(06)02002-5)
- Atkinson, A. A., Kaplan, R. S., Matsumura, E. M., & Young, S. M. (1995). Management accounting information for decision making an strategy execution. In *Multimedia Tools and Applications* (Vol. 14, Issue 2).
cooper dan slagmulder 1999 pengendalian biaya - Google Scholar. (n.d.).
- Darmayasa, G., Sujana, I. N., & Haris, I. A. (2019). Analisis Penerapan Target

- Costing Dalam Efisiensi Biaya. *Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 383–395.
- Davila, T., & Wouters, M. (2006). Management Accounting in the Manufacturing Sector: Managing Costs at the Design and Production Stages. *Handbooks of Management Accounting Research*, 2, 831–858. [https://doi.org/10.1016/S1751-3243\(06\)02015-3](https://doi.org/10.1016/S1751-3243(06)02015-3)
- Dekker, H., & Smidt, P. (2003). A survey of the adoption and use of target costing in Dutch firms. *International Journal of Production Economics*, 84(3), 293–305. [https://doi.org/10.1016/S0925-5273\(02\)00450-4](https://doi.org/10.1016/S0925-5273(02)00450-4)
- Dolok Saribu, A. (2025). (2025). *Akuntansi Manajemen Lanjutan* (6th ed.).
- Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen. (2015). *Akuntansi Manajerial* (Edisi 8).
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., Brewer, P. C., & McGowan, A. (2010). Managerial Accounting. In *Issues in Accounting Education* (Vol. 25, Issue 4). <https://doi.org/10.2308/iace.2010.25.4.792>
- Hansen & Mowen, 2015. (2021). uku Akuntansi Manajerial oleh Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen edisi 2015 (Edisi 8). In *Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba* (Vol. 7, Issue November). <http://eprints.poltektegal.ac.id/276/>
- Harold Koontz dan Heinz Weihrich. (1983). *Management & organizational behavior*.
- Kato, 1993. (n.d.). *Target_costing_support_systems_lessons_f.pdf*.
- Lima, A. C., & Fortaleza, U. De. (2018). *Seminários em Administração COMPETITIVENESS. February*.
- Muhamad Yusuf Saefullah. (2022). *Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi (Studi Kasus Pada CV. Taruna Bogor Periode 2020). November*, 14.
- Mulyady. (n.d.). *Download Ebook Akuntansi Biaya Mulyadi*. 1–4.
- Oinike, R., Sihite, T., Tampubolon, S. E., Saribu, A. D., Silalahi, E. D., Putri, H., Tesalonika, M., Simanjuntak, C., & Sibarani, A. (n.d.). *1739-Article Text-6868-1-10-20240622*. 8.
- Salea, W. (2023). Pengaruh Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada CV. Arrko Jaya Kawangkoan: The Influence of Target Costing In *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi ...)*, 7(1), 17–22. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lppmekosobudkum/article/view/47936%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lppmekosobudkum/article/download/47936/42678>
- Sari, L. K. D. P., & Martadinata, I. P. H. (2023). Analisis Penerapan Target Costing dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi untuk Optimalisasi Peningkatan Laba (Studi Kasus pada CV. Dewi Starindo). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 13(3), 491–501. <https://doi.org/10.23887/jiah.v13i3.64597>
- W. Edwards Deming. (2019). Sejarah dan Tokoh Pemikir Mutu. *Sabilarraspad*, 4(2), 1–15