

PENERAPAN TARGET COSTING DALAM PENGURANGAN HARGA POKOK PRODUKSI

Ruth Oinike Theresia Sihite¹; Serenova Elisabeth Tampubolon²; Ardin Dolok Saribu³;
Elli Dayanti Silalahi⁴; Hanna Putri⁵; May Tesalonika⁶; Christin Simanjuntak⁷;
Alfen Sibarani⁸

Akuntansi Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas HKBP Nommensen
Jln. Sutomo No.4A, Perintis, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20235
E-mail : ellysilalahi7@gmail.com (Koresponding)

Abstract: This study uses a target costing approach, which is expected to be an effective production cost control tool. Research results. The results of the study explain that target costing is a method that helps companies in controlling production costs and achieving the desired profit by setting the cost of products according to the desired target. setting the cost of goods in accordance with the desired target. Implementation of implementation of target costing is relevant for companies in the market can help companies achieve competitive advantage and increase profitability Companies that want to implement target costing need to pay attention to successful implementation innovation, production efficiency, and other factors that affect target costing. costing. The characteristics of target costing include use at the planning and design stages, cost reduction, and a focus on management and engineering. The data collection method used in this research is to collect all information related to target costing all information related to target costing both theoretical and practical in the field. theoretical and practical in the field / literature study.

Keywords: *Target Costing, Production Cost, Price, Competitive Advantage, Profitability*

Setiap perusahaan berlomba 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 untuk dapat menentukan strategi bersaing yang terbaik sehingga memiliki keunggulan kompetitif dibanding para pesaingnya. Tentu saja manajemen harus mampu mengelola perusahaan secara efektif dan efisien, serta menciptakan kebijakan dan strategi yang dapat memberikan keuntungan perusahaan.

Manajemen harus benar-benar mampu mengelola perusahaan secara efektif dan efisien. Kondisi seperti ini memaksa para pelaku usaha untuk ikut dengan harga kompetitif yang terbentuk di pasar bahkan harus memutar otak di dalam menentukan harga jualnya agar tidak melebihi harga yang ada di pasar. Penentuan harga jual kompetitif

yang dimaksud adalah penentuan harga jual yang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah dari harga pokok produksi. Sebab penentuan harga jual yang terlalu tinggi dari harga pokok produksi dapat membuat perusahaan sulit bersaing dengan perusahaan sejenis, sedangkan penetapan harga jual yang terlalu rendah dari harga pokok produksi dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Penentuan harga pokok produksi dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai metode seperti job order costing, process costing, Activity-Based Costing (ABC), Standard Costing, Direct Costing (Variable Costing), Absorption Costing (Full Costing), Marginal Costing, dan Throughput Costing (Throughput Accounting). Pemilihan metode penentuan harga pokok produksi yang tepat tergantung pada jenis industri, sifat produk, dan tujuan manajerial perusahaan. Setiap metode memiliki kelebihan dan kekurangan yang perlu dipertimbangkan

untuk memastikan bahwa perusahaan dapat mengendalikan biaya, menetapkan harga yang kompetitif, dan mencapai profitabilitas yang diinginkan. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi perusahaan adalah pengelolaan biaya produksi. Harga Pokok Produksi (HPP) yang tinggi dapat mengurangi margin keuntungan dan menghambat kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar yang sensitif terhadap harga.

Target Costing sebagai metode penentuan harga pokok produk yang akan yang dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan biaya dan meningkatkan efisiensi operasional dan membantu perusahaan dalam mencapai profitabilitas yang diinginkan dengan menentukan biaya produk yang sesuai dengan harga jual yang kompetitif., bukan hanya teknik akuntansi, melainkan filosofi manajemen yang menyatukan upaya untuk merancang produk dengan biaya yang terkendali sejak tahap awal pengembangan. Berbeda dengan metode penetapan harga tradisional yang berfokus pada penambahan margin keuntungan di atas biaya produksi, target costing memulai dari harga pasar yang diinginkan oleh konsumen dan bekerja mundur untuk mencapai biaya produksi yang memungkinkan margin keuntungan yang diinginkan.

Selain keberhasilan, tentu terdapat pula beberapa perusahaan yang gagal dan sulit dalam penerapan target costing salah satunya yaitu Iran yang dimana secara keseluruhan, kombinasi dari tantangan ekonomi, budaya organisasi, keterbatasan teknologi dan infrastruktur, serta lingkungan politik dan regulasi yang tidak mendukung, membuat penerapan target costing di Iran menjadi sangat sulit. Mengatasi hambatan-hambatan ini memerlukan perubahan sistemik dan strategi yang komprehensif untuk menciptakan lingkungan yang lebih kondusif bagi praktik manajemen biaya yang efisien. Sebelum perusahaan melakukan proses produksi. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan

menerapkan target costing adalah untuk menurunkan total biaya dari total biaya sebelumnya sehingga perusahaan pun bisa mendapatkan laba yang maksimal tanpa harus menaikkan harga jualnya.

Penerapan target costing memerlukan kerjasama antar departemen, termasuk pemasaran, desain, produksi, dan keuangan. Proses ini melibatkan identifikasi dan eliminasi pemborosan serta peningkatan efisiensi di setiap tahap produksi. Dengan demikian, target costing tidak hanya berperan dalam pengendalian biaya, tetapi juga mendorong inovasi dan peningkatan kualitas produk.

Dalam Target Costing perusahaan perlu bersifat agresif dalam tahap preparation, product design dan produksi dalam manajemen biaya, yaitu dengan cara menyusun biaya paling rendah agar dapat menghemat biaya. Penerapan Target Costing dalam pengendalian biaya produksi merupakan salah satu dari langkah-langkah internal yang ditempuh dalam upaya meningkatkan efisiensi.

Penerapan target costing dalam suatu perusahaan juga harus memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan keberhasilan implementasi dari adanya inovasi tersebut. Dalam penerapannya manajemen perusahaan akan banyak merubah sistem yang telah berjalan dan bisa jadi akan terus berubah-ubah dalam penerapannya, sebab target costing adalah metode untuk mengendalikan biaya produksi secara berkelanjutan. Dalam mengendalikan biaya produksi berbagai aktivitas dan bahan baku mungkin akan ditambahkan, diganti atau dihapuskan demi mendapatkan hasil yang efektif dan efisien.

Perusahaan beroperasi dengan mengembangkan dan memproduksi barang/jasa terlebih dahulu. Kemudian mulai menghitung biaya yang dikeluarkan untuk jenis produksi tersebut dan menetapkan harga pokok produksi sebelum akhirnya menetapkan harga jual bagi produknya, setelah itu produk siap

dipasarkan. Namun dalam metode target costing, proses yang terjadi justru sebaliknya. Setelah perusahaan mengetahui harga kompetitif yang dikenakan terhadap produknya, kemudian perusahaan mulai mengembangkan produknya yang dapat dipasarkan secara menguntungkan pada tingkat harga yang telah ditetapkan sebelumnya.

Kesulitan yang sering ditemukan adalah manajemen perusahaan yang cenderung belum mengetahui apakah harga yang diinginkan atas produk ini dapat menutupi biaya produksi yang ada, sehingga dibutuhkan metode target costing untuk mengetahuinya. Karena target costing ini sangat berguna dalam mengolah biaya demi kelangsungan produksi perusahaan, dimana target costing melengkapi bagaimana mendapatkan biaya yang rendah namun dapat memenuhi keinginan konsumen baik dari segi harga, desain, fungsi dan juga kualitas dari produk tersebut. Semuanya harus diketahui oleh perusahaan, karena tidak mungkin jika perusahaan hanya menempatkan biaya yang rendah supaya harganya juga rendah dengan tujuan dapat bersaing di pasaran tanpa memperhatikan desain, fungsi, dan kualitas produk tersebut.

Harga yang dapat bersaing dipasaran tanpa mengurangi mutu dan kualitas produk tentunya menjadi modal utama perusahaan dalam mendapatkan simpati pasar. Apabila penghitungan harga pokok produk ada kesalahan, maka akan mempengaruhi harga jual produk dan berakibat pada laba yang didapat oleh perusahaan. Harga target yang dihitung dengan menggunakan informasi dari pelanggan dan pesaing menjadi dasar untuk menghitung biaya target, sehingga dapat dijadikan tolak ukur dimana perusahaan dapat dengan mudah melihat sejauh mana perusahaan menentukan standarisasi harga dan kualitas produk.

Penerapan target costing pada suatu perusahaan juga harus memerhatikan hal-hal yang berkaitan dengan keberhasilan implemetasi dari adanya inovasi tersebut. Perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup 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 tidak mudah, karena banyak faktor yang mempengaruhinya, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain tenaga kerja, bahan baku, mesin, metode produksi dan pasar. Dalam menetapkan harga jual memerlukan beberapa pertimbangan mulai dari biaya produksi, biaya operasi, target laba, daya beli masyarakat, harga jual pesaing dan kondisi perekonomian secara umum.

Harga jual yang terlalu tinggi akan membuat masyarakat tidak membeli atau mengurangi jumlah pembelian produk, sehingga perusahaan tidak akan memperoleh laba yang cukup dan sebaliknya, harga jual yang terlalu rendah akan membuat perusahaan tidak mampu mencapai laba usaha yang diinginkan. Dengan menggunakan target costing, perusahaan menentukan biaya produk berdasarkan harga yang mampu dibeli konsumen.

Tujuan dari penerapan target costing oleh perusahaan adalah untuk menetapkan harga pokok produk sesuai dengan target yang diinginkan, yang akan menjadi dasar penetapan harga jual produk untuk mencapai laba yang diinginkan. Hal ini dapat membantu perusahaan mengelola biaya dengan efektif, dan untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan membentuk tim pengembangan produk yang bertanggung jawab untuk merancang produk dengan biaya yang tidak melebihi target biaya yang telah ditentukan.

Dengan menggunakan pendekatan target costing, diharapkan dapat menjadi alat pengendalian biaya produksi yang efektif. Metode target costing merupakan penentuan biaya produksi di mana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar yang kompetitif

dan perusahaan memperoleh laba yang diharapkan. Metode ini menentukan target biaya untuk mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap desain produk dengan mengurangi biaya produksi yang tidak memberikan nilai tambah. Dengan menggunakan metode tersebut diharapkan lebih efisien dan meningkatkan kemampuan kompetisi perusahaan.

Target costing merupakan alat manajemen biaya yang telah digunakan sejak tahun 1970-an. Banyak perusahaan dari Jepang yang menggunakan target costing untuk memotivasi perancangan produk dalam pemilihan desain yang dapat diproduksi dengan harga yang rendah. Selintas sistem ini mirip dengan sistem biaya standar, namun sebenarnya tidak demikian. Sistem ini lebih kompleks dari sistem biaya standar.

Menurut (Gerungan, 2016) dalam Mulyadi (2007) target costing adalah suatu metode penentuan biaya produk atau jasa yang didasarkan pada harga (target price) yang diperkirakan dapat diterima oleh konsumen. Jika target costing di bawah cost produk yang sekarang dapat dicapai, maka manajemen harus merencanakan program pengurangan biaya untuk menurunkan biaya yang sekarang dikonsumsi untuk menghasilkan produk ke target cost. Kemajuan yang dicapai dari program pengurangan biaya tersebut diukur dengan membandingkan biaya sesungguhnya dengan target cost. Target costing merupakan sistem akuntansi biaya yang menyediakan informasi bagi manajemen untuk memungkinkan manajemen memantau kemajuan yang dicapai dalam pengurangan biaya produk menuju target costing yang telah ditetapkan.

Proses penerapan target costing menganut prinsip-prinsip sebagai berikut: (1) Harga menentukan biaya (price led costing). Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif membuat penetapan harga jual produk bukan hal mudah. Harga jual kerap ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar (market share) digunakan untuk menentukan target biaya dengan formula berikut:

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

Harga menentukan biaya mempunyai 2 sub-prinsip yang penting yaitu (Johan & Muanas, 2018): (a) Harga pasar mendefinisikan rencana produk dan laba. Rencana tersebut harus sering dianalisis agar portofolio produk perusahaan memberikan sumber daya hanya kepada produk yang menghasilkan marjin laba yang konsisten dan dapat diandalkan. (b) Proses target costing digerakkan oleh competitive intelligence dan analisis aktif. Pemahaman tentang latar belakang harga pasar digunakan untuk menandingi ancaman dan tantangan yang kompetitif. (2) Fokus pada pelanggan. Kehendak atau kebutuhan pelanggan atas kualitas, biaya dan fungsi (functionality) secara simultan terdapat dalam produk dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan berkenaan dengan desain dan perhitungan harga pokok produk. (3) Fokus pada desain produk dan desain proses. Pengendalian biaya ditekankan pada tahapan desain produk dan tahapan desain proses produksi, maka setiap perubahan atau rekayasa harus dilakukan sebelum proses produksi, dengan tujuan menekan biaya dan mengurangi waktu terutama bagi produk baru. (5) Cross functional time. Tim/kelompok ini bertanggungjawab atas keseluruhan produk, dimulai dari ide/konsep produk hingga tahapan produksi penuh. (6) Melibatkan rantai nilai (value chain orientation) Seluruh anggota yang terlibat dalam rantai nilai, dimulai dari pemasok barang/jasa, distributor, hingga pelanggan dilibatkan dalam proses target costing. (7) Orientasi daur hidup produk (life cycle) Meminimalkan biaya selama daur hidup produk, diantara harga, bahan baku, biaya operasi, pemeliharaan, dan biaya distribusi.

Menurut (Salman, 2013), antara lain : (1) Meningkatkan kepuasan pelanggan, yakni desain difokuskan pada nilai-nilai pelanggan. (2) Mengurangi biaya melalui desain yang lebih efisien dan

efektif. (3) Membantu perusahaan mencapai profitabilitas yang diinginkan pada produk baru atau produk yang didesain ulang. (4) Dapat mengurangi total waktu yang dibutuhkan untuk pengembangan produk, melalui peningkatan koordinasi manajer desain, manufaktur, dan pemasaran. (5) 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. (6) Memfasilitasi koordinasi desain, manufaktur, pemasaran, dan manajemen biaya dalam menentukan biaya produk (product cost) dan siklus hidup penjualan (sales life cycle).

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 beranekaragam produk dalam jumlah sedang dan sedikit dibandingkan dalam industri yang berorientasi pada proses yang ditandai dengan produksi yang terusmenerus 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.

Menurut (Chandra, 2020) dalam Aprianty (2010), menyatakan bahwa perusahaan mempunyai 2 pilihan dalam menurunkan biaya sampai pada level target biaya yaitu: (1) Mengintegrasikan teknologi pemanufakturasi baru, menggunakan teknik-teknik manajemen biaya yang canggih dan mencari produktivitas yang tinggi melalui perbaikan organisasi dan hubungan

tenaga kerja, sehingga perusahaan dapat menurunkan biaya. (2) Melakukan desain ulang terhadap produk atau jasa yang dihasilkan, sehingga perusahaan dapat menentukan biaya sampai level target biaya.

Dengan demikian sangat disarankan bagi perusahaan yang tertarik untuk menerapkan target costing memperhatikan hal-hal berikut: (1) Manajemen puncak harus memahami proses target costing sebelum mengadopsinya. (2) Apabila perhatian manajemen terlalu terpaku pada pencapaian sasaran target costing, maka dapat mengalihkan perhatian dari manajemen ke pencapaian sasaran keberhasilan organisasi secara keseluruhan.

Produksi secara luas dapat diartikan sebagai proses perubahan dari input menjadi output yang dimana input tersebut diolah sedemikian rupa untuk memperoleh output baik berupa produk jadi ataupun produk setengah jadi. Kegiatan produksi merupakan kegiatan ekonomi dengan menggunakan kombinasi dari faktor-faktor produksi dengan tujuan meningkatkan nilai guna atau nilai ekonomis dari bahan baku. (Damayanti, 2013).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Produksi merupakan proses mengeluarkan hasil. Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghasilkan suatu produk, baik barang atau jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Produksi merupakan sebuah proses kegiatan pembuatan suatu barang dari awal (input) hingga akhir menjadi (output) untuk menciptakan suatu bentuk yang sesuai dan layak diperjual belikan sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat memperoleh laba yang maksimal.

METODE

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yakni dengan mengumpulkan seluruh informasi yang

berkaitan dengan target costing baik yang bersifat teoritis maupun yang bersifat praktek di lapangan. Data-data yang dikumpulkan dapat berupa jurnal-jurnal penelitian terdahulu, buku, artikel, berita dan lain-lain yang dapat ditemukan secara online maupun secara fisik dengan sumber yang valid dan kredibel. Informasi yang diperoleh kemudian disusun untuk dijadikan sebuah karya ilmiah berbentuk studi kepustakaan, yang berarti penelitian ini dilakukan bukan untuk menguji hipotesis peneliti.

Studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah 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 kelebihan Peran target costing dalam pengurangan biaya produksi pada perusahaan, Target costing memberikan pertahanan dalam persaingan industry, Solusi dan rekomendasi dalam menuntun dalam hal pemilihan produk serta proses desain produk yang lebih baik. Adapun Kelemahan dalam pelaksanaan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya didapatkan keterbatasan adopsi target costing di perusahaan, Memerlukan waktu yang relatif lama untuk melakukan riset dan perancangan, dan Tidak membahas peningkatan laba dalam target costing.

PEMBAHASAN

Biaya produksi menjadi penentu untuk menentukan harga pokok penjualan kepada konsumen setelah ditetapkan nya berapa total keuntungan yang ingin diperoleh dari setiap

produksi. Sesuai dengan prinsip ekonomi yang menyatakan bahwa untuk senantiasa memaksimalkan keuntungan atau mendapatkan hasil yang maksimal dengan melakukan pengorbanan yang sekecil dan seminimum mungkin. Oleh karena itu, biaya produksi yang dikeluarkan diusahakan adalah biaya produksi yang telah dimaksimalkan semaksimal mungkin untuk memperoleh keuntungan yang melebihi pengorbanan tersebut.

Bukti empiris nyata ditunjukkan melalui beberapa penelitian seperti oleh (Adil dkk., 2020) mendapatkan hasil bahwasannya perusahaan berhasil melakukan penghematan harga pokok produksi sebesar 9%-13% setelah penggunaan target costing. Berdasarkan perhitungan peneliti (Maknun dkk., 2023) target costing berhasil menghemat biaya harga pokok produksi sebesar 9,25%. Selain itu, penelitian oleh (Hollobrick dkk., 2024) juga menunjukkan hasil yang sama bahwa target costing berhasil menekan biaya produksi pada usaha Hollobrick Bumi Nyiur yang sebelumnya mencapai Rp. 7.550.000 berhasil ditekan menjadi Rp. 7.045.000.

Efisiensi terhadap harga pokok produksi berhasil dicapai dengan menggunakan target costing. Dengan adanya pengematan atau pengurangan atas harga pokok produksi maka perusahaan dapat melakukan penyesuaian ulang atas harga pokok penjualan yang telah ditetapkan sebelumnya. Perusahaan dapat melakukan pengurangan harga pokok penjualan yang sebelumnya untuk mendorong peningkatan jumlah barang produksi yang akan terjual. Perusahaan yang dapat mengoptimalkan pemakaian biaya produksi, dapat juga mengoptimalkan berapa jumlah pendapatan atau laba bersih yang ingin diterimanya dari setiap barang produksi, sehingga diperlukan adanya penentuan harga pokok produksi yang tepat.

Perusahaan berada pada persaingan yang kompetitif di dalam sebuah industri. Persaingan untuk mendapatkan harga jual yang sesuai dengan target pasar barang yang diproduksi. Perusahaan harus memiliki

kemampuan yang mumpuni untuk mencapai keunggulan atau keberhasilan sehingga dapat mempertahankan posisinya dan tidak mengalami kebangkrutan. Perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dengan mengintegrasikan sumber daya yang dimiliki dan melakukan pengoptimalan kebermanfaatan melalui sebuah strategi (Aisyah, 2012).

Dalam penelitian oleh (Abdullah & Senan, 2019) target costing disimpulkan dapat membantu perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif di sebuah industri manufaktur di Arab Saudi. Selain itu, implementasi target costing sangat relevan dengan Perusahaan yang beroperasi di pasar kompetitif seperti real estate karena dapat memberikan informasi tentang potensial yang dimiliki pelanggan dan pesaing perusahaan yang dapat membantu pengambilan keputusan bisnis (Melo & Granja, 2017). Selain untuk dapat meningkatkan persaingan kompetitif Perusahaan dalam industri, penerapan target costing juga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan dibarengi dengan adanya kesadaran, konsep dan prinsip akan pentingnya penerapan target costing (El-Dalahmeh, 2018).

Persaingan kompetitif yang dimiliki Perusahaan akan dapat mendorong Perusahaan untuk mempertahankan stabilitas profitabilitas yang dimilikinya. Profitabilitas yang stabil membuat Perusahaan dapat terus bertahan menghadapi persaingan industri. Dengan meningkatnya keunggulan kompetitif akan meningkatkan nilai Perusahaan juga melalui peningkatan profitabilitas (Sianturi dkk., 2021).

Penetapan harga yang dilakukan berdasarkan analisis dari informasi mengenai produk yang ingin diproduksi akan memberikan gambaran bagi perusahaan untuk menetapkan bahan baku, pengolahan bahan baku serta jenis barang produksi. Perusahaan dapat mengukur sejauh mana kemampuan sumber daya yang ada dengan hasil produksi yang diinginkan sehingga bayangan akan adanya kegagalan atau tidak tercapainya hasil dapat diminimalisir. Kualitas barang produksi dipengaruhi oleh bahan baku yang diolah,

umumnya harga bahan baku yang semakin mahal menunjukkan kualitas dari bahan baku semakin bagus, sehingga biaya untuk memproduksi akan semakin mahal. Jika harga produk menghasilkan kualitas produk yang sesuai dengan harga tersebut akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap pembelian barang tersebut (Mahanani & Alam, 2022).

Target costing dapat digunakan untuk memfokuskan desain barang yang ingin dihasilkan dengan mengelola biaya produk di dalamnya, yang dimulai dengan adanya penelitian mengenai atribut biaya yang bersedia dikeluarkan oleh pelanggan untuk manfaat yang dihasilkan (Al-Qady & EL-Helbawy, 2016).

Adopsi dilakukan dengan adanya pertimbangan antara keadaan perusahaan dengan di pasar. Keadaan dan kondisi yang sesuai antara Perusahaan dengan pasar, akan memungkinkan adopsi target costing semakin besar. Keadaan yang tidak sesuai menjadi keterbatasan bagi Perusahaan untuk melakukan adopsi target costing.

Mengacu pada jurnal utama oleh (Sharafoddin, 2016) dikatakan terbatasnya persaingan pasar dan perdagangan global di Iran menjadi permasalahan utama untuk menerapkan target costing di Iran. Keberhasilan dalam persaingan global, penerapan target costing dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dalam penelitian lain oleh (Hammami dkk., 2019) dikatakan bahwa intensitas persaingan yang didalamnya termasuk strategi dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap adopsi target costing di Perusahaan. Keputusan untuk mengadopsi target costing dapat dipengaruhi oleh situasi dimana persaingan perusahaan tinggi, maka perusahaan cenderung mengadopsi perhitungan biaya seperti target costing.

Perancangan adalah sebuah rencana kerja dengan membuat sebuah konstruksi agar tujuan yang akan dicapai dapat diselesaikan dengan baik sedangkan riset berarti penelitian (Mulyadi, 2012). Penerapan target costing dalam sebuah Perusahaan juga memerlukan riset dan

perancangan sebelum diadopsikan.

Menurut (Talebnia dkk., 2017) target costing paling berlaku bagi perusahaan yang memiliki banyak difresiansi produk untuk dipasarkan berbanding terbalik dengan perusahaan kecil yang hanya memiliki sejumlah produk.

Langkah-langkah dalam penerapan metode target costing menurut (Alexandra, 2017): (1) Penetapan target biaya sesuai dengan harga pasar dengan persaingan kompetitif, (2) Penetapan target laba minimum yang diinginkan, (3) Menentukan estimasi biaya yang akan dikeluarkan untuk modifikasi produk dan jumlah target biaya (4) Menghitung perkiraan biaya dan perkiraan proses yang akan dilakukan (5) Menghitung jumlah biaya yang harus dikurangi

Sejumlah prosedur diatas dapat disimpulkan bahwa proses riset dan perancangan dapat memakan waktu yang cukup lama dikarenakan perlunya pertimbangan dari sisi pasar dan konsumen yang kemudian akan disesuaikan dengan kemampuan Perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar.

Laba menjadi faktor penentu apakah perusahaan tersebut harus mempertahankan strategi yang digunakan nya dalam menjalankan operasional atau justru harus mengganti strategi tersebut. Dalam hal ini strategi yang dimaksudkan adalah penentuan metode untuk menghitung harga pokok produksi. Strategi ini sangat krusial bagi perusahaan, karena hal ini akan menentukan harga jual aman yang dapat ditawarkan kepada konsumen dengan harapan biaya untuk produksi sudah tertutupi di dalamnya.

Terdapat banyak penelitian mengenai analisis penerapan target costing untuk membantu perusahaan mendapatkan laba yang seharusnya. Bukti empiris dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh (Pioh dkk., 2019) yang menyebutkan bahwasannya target costing dapat menekan biaya yang dikeluarkan dan memperoleh peningkatan laba dari sebelum menggunakan target costing dengan sesudah menggunakan target costing. Penelitian lain oleh (Juwita & Satria, 2017) menyebutkan hal yang sebaliknya hasil

perolehan laba dalam penelitian tersebut mengalami penurunan dari sebelum menggunakan target costing tetapi masih dalam rentang aman keuntungan yang ingin diperoleh Perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini dapat di Tarik kesimpulan. Target costing adalah metode yang membantu perusahaan dalam mengendalikan biaya produksi dan mencapai laba yang diinginkan dengan menetapkan harga pokok produk sesuai dengan target yang diinginkan. Kelebihan utama target costing meliputi efisiensi dalam pengurangan biaya produksi, pertahanan dalam persaingan industri, dan solusi dalam pemilihan produk dan desain yang lebih baik.

Implementasi target costing relevan untuk perusahaan di pasar dapat membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan profitabilitas. Namun, terdapat keterbatasan adopsi di beberapa perusahaan dan waktu yang dibutuhkan untuk riset dan perancangan.

Perusahaan yang ingin menerapkan target costing perlu memperhatikan keberhasilan implementasi inovasi, efisiensi produksi, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi target costing.

Karakteristik target costing termasuk penggunaan pada tahap perencanaan dan desain, pengurangan biaya, dan fokus pada manajemen dan teknik. Rekayasa nilai juga merupakan bagian penting dari target costing untuk mencapai biaya target yang ditetapkan, dengan penetapan harga yang dapat dilakukan melalui integrasi teknologi baru atau desain ulang produk.

DAFTAR RUJUKAN

Abdullah, A. A. H., & Senan, N. A. M. (2019). The complementary association between value chain analysis and target costing system to strengthen the competitiveness: An applied study on saudi manufacturing companies in Al-Kharj. *Management Science*

- Letters*, 9(10), 1543–1552.
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.031>
- Adil, M., Nasrun, M., & Herianto, D. A. (2020). *Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi (Studi Kasus Pada UD . Winda Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan)*. 9(2).
- 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), 1–12.
<https://doi.org/10.21831/jep.v4i1.620>
- Al-Qady, M. A., & EL-Helbawy, S. M. (2016). *Integrating Target Costing and Resource Consumption Accounting*. June 2016, 3168.
- Alexandra, M. L. (2017). Considerations Concerning the Application of Target Costing Method in the Industry of Dairy Products. *Ovidius University Annals: Economic Sciences Series*, XVII(1), 545–550.
- Budiman, J. J., Ilat, V., & Mawikere, L. M. (2019). Analisis Penentuan Biaya Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Untuk Menentukan Harga Jual Pada Pt. Blue Ocean Grace International. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 14(1), 122–129.
<https://doi.org/10.32400/gc.14.1.22319.2019>
- Chandra, M. (2020). *Analisis Penerapan Metode Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi (Pada Konveksi Linda)*. Sekolah Tinggi Malangkeucewara.
- Damayanti, M. L. (2013). Teori produksi. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 2(1), 1–15.
<http://eprints.umsida.ac.id/id/eprint/6985>
- Doloksaribu, A. (2020). *Kumpulan Istilah-Istilah Akuntansi (Pertama)*. LPPM UHN Press.
- El-Dalalmeh, S. (2018). Extent of Implementing Target Costing and Value Engineering Approach to Reducing Costs: A Survey in Jordanian Shareholding Companies for Food Industries. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 10(1), 390.
<https://doi.org/10.5296/ajfa.v10i1.12606>
- Fajrin, N. E. (2019). *Penerapan Target Costing dengan Rekayasa Nilai dalam Perhitungan Biaya Produksi pada PT. Yongpin Selaras Manis (Vol. 53, Nomor 1)*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Gerungan, H. P. (2016). Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada PT. Tropica Cocoprima. *Jurnal EMBA*, 1(3), 863–870.
- Hammami, H., Al-Omiri, M., Bouraoui, T., & Ousama, A. (2019). Target Costing: Adoption and its Relationships with Competition Intensity, Intended Strategy and Firm Size. *Asia-Pacific Management Accounting Journal*, 14(3), 223–250.
<https://doi.org/10.24191/apmaj.v14i3-10>
- Hollobrick, U., Nyiur, B., Husein, R. A., Pusung, R. J., & Kalalo, M. Y. B. (2024). *Multidisciplinary Science Analisis Penerapan Metode Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada*. 1(6), 441–448.
- Johan, E. T., & Muanas. (2018). Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 2(1), 009–016.
<https://doi.org/10.37641/jiakes.v2i1.42>

- Juwita, R., & Satria, M. R. (2017). *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Produk*. 1(2), 184–193.
- Kartiningrum, E. D. (2015). *Panduan Penyusunan Studi Literatur. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Kesehatan Majapahit, Mojokerto*, 1–9.
- Luh, N., Pivin, G., & Yudiastra, P. P. (2018). *Penerapan Metode Activity Based Costing Untuk Penentuan Harga Pokok Produksi*. 12(2), 34–44.
- Mahanani, E., & Alam, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan D'besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 19(01), 11–21.
<https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.550>
- Maknun, M., Pramukti, A., Faisal, M., & Pelu, A. R. (2023). *SEIKO: Journal of Management & Business Evaluasi Peran Target Costing dalam Manajemen Biaya Produksi (Studi Kasus CV GRV Interior)*. 6(2), 465–478.
- Melo, R. S. S. de, & Granja, A. D. (2017). Guidelines for target costing adoption in the development of products for the residential real estate market. *Ambiente Construído*, 17(3), 153–165.
<https://doi.org/10.1590/s1678-86212017000300168>
- Mulyadi, M. (2012). Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian Mohammad Mulyadi (. *Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), 71–80.
- Pioh, F. T. C., Manossoh, H., & Tirayoh, V. Z. (2019). *Analisis Penerapan Target Costing sebagai Alat Bantu untuk Meminimalkan Biaya Produksi dalam Rangka Mengoptimalkan Perolehan Laba Pada Ud . Acong Bakery*. 7(4), 3149–3158.
- Saefullah, M. (2022). *Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi (Studi Kasus Pada Cv.Taruna Bogor Periode 2020). November*.
- Salman, K. (2013). *Akuntansi Biaya Pendekatan Product Costing*.
- Sharafoddin, S. (2016). The Utilization of Target Costing and its Implementation Method in Iran. *Procedia Economics and Finance*, 36, 123–127.
[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30023-5](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30023-5)
- Sianturi, J. A. T. P., Hasyim, D., & Hutapea, M. I. (2021). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Majalah Ilmiah METHODODA*, 11(3), 231–240.
<https://doi.org/10.46880/methoda.v011no3.pp231-240>
- Talebnia, G., Baghiyan, F., Baghiyan, Z., & Moussavi Najaf Abadi, F. (2017). Target Costing, the Linkages Between Target Costing and Value Engineering and Expected Profit and Kaizen. *International Journal of Engineering Management*, 1(1), 11–15.
<https://doi.org/10.11648/j.ijem.20170101.12>