BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Fokus

1. Akuntansi Manajemen

Peranan Akuntansi pada umumnya dan Akuntansi Manajemen khususnya sangat penting dalam menyediakan informasi bagi masyarakat secara keseluruhan, terutama bagi pengambilan keputusan, para manajer, dan professional. Akuntansi manajemen adalah bidang akuntansi yang berfokus pada penyediaan, termasuk pengembangan dan penafsiran informasi akuntansi bagi para manajer untuk digunakan sebagai bahan perencanaan, pengendalian operasi dan dalam pengambilan[10]. Didalam metode akuntansi manajemen penting bagi perusahaan untuk pengurangan biaya produk selama proses produksi yang termasuk dalam metode *target costing*.

Manajemen merupakan suatu proses yang jelas terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang dilaksanakan untuk menentukan tujuan. Istilah manajemen dalam pandangan Islam yaitu *al-tadbir* yang berarti pengaturan. Kata *al-tadbir* merupakan derivasi dari kata *dabbara* (mengatur) yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat As-Sajdah ayat 5, Allah berfirman :

يُدَبِّرُ ٱلْأَمْرَ مِنَ ٱلسَّمَآءِ إِلَى ٱلْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِى يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُۥٓ أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ

[10] L.M. Samryn, *Akuntansi Manajemen : Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi dan Investasi*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2012), hal. 4

Artinya :

"Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu."[11]

Dari isi kandungan ayat di atas, dapatlah diketahui bahwa Allah SWT adalah pengatur alam (*al-Mudabbir*). Keteraturan alam raya ini merupakan bukti kebesaran Allah SWT dalam mengelola alam ini. Namun, karena manusia yang diciptakan Allah SWT telah dijadikan sebagai khalifah di bumi, maka dia harus mengatur dan mengelola alam ini.

Manajemen merupakan proses termasuk pula fungsi-fumgsinya, dengan mengacu pada pengertian dan fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian, maka fungsi itu timbul dari proses-proses yang berbeda dan berkaitan seperti uraian berikut :[12]

a. Perencanaan

   Dalam bidang ini manajer merancang beberapa langkah yang akan diambil dalam upaya menggerakan organisasi ke arah sasarannya.

b. Pengorganisasian dan Pengarahan

   Manajer memutuskan bagaimana cara terbaik mengkombinasikan sumber daya manusia dengan sumber daya ekonomi lainnya yang

---

[11] https://quran.kemenag.go.id-surat As-Sajdah ayat 5, diakses pada 10 Mei 2019 pukul 10.00.

[12] Kamaruddin Ahmad, *AKUNTANSI MANAJEMEN: Dasar-dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017).hal. 10

menjadi milik perusahaan agar dapat menjalankan rencana yang ditetapkan.

c. Pengendalian

Manajer mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk memastikan bahwa setiap bagian organisasi berfungsi dengan efektivitas yang maksimal.

d. Pengambilan Keputusan

Pada hakikatnya bukan merupakan fungsi manajemen yang terpisah: pengambilan keputusan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari fungsi lain yang sudah dibahas, yaitu semua fungsi memerlukan pengambilan keputusan

2. *Target costing*

Target costing (harga target) adalah suatu metode penentuan biaya produk atau jasa berdasarkan harga (harga target) yang brsedia dibayarkan oleh pelanggan. Kebanyakan perusahaan AS, dan hampir semua perusahaan Eropa, menetapkan harga produk baru sebagai penjumlahan dari biaya dan laba yang diinginkan. Logikanya adalah bahwa perusahaan harus menghasilkan pendapatan yang cukup untuk menutup semua biaya dan menghasilkan laba.[13]

Target costing adalah suatu metode penetapan biaya maksimum yang dibolehkan untuk suatu produk baru dan kemudian mengembangkan suatu *prototype* yang dapat dibuat dan didistribusikan

[13] Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen, *Akuntansi Manajemen Edisi 7 Buku 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hal 358

dengan harga sebesar nilai target biaya maksimum tersebut secara menguntungkan. Atau dengan kata lain, *target costing* merupakan metode penetapan harga pokok barang atau jasa yang didasarkan pada estimasi haega maksimum yang dapat dibayar oleh pelanggan.[14]

Proses penerapan *target costing* menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:[15]

a. Harga menentukan biaya (*Price-Led Costing*)

   Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif membuat penetapan harga jual produk bukan hal gampang. Harga jual kerap ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar (*market price*) digunakan untuk menentukan target biaya dengan rumus:

   Target Biaya = Harga Pasar – Laba Kotor yang diinginkan

b. Fokus pada pelanggan

   Kehendak atau kebutuhan pelanggan akan kualitas, biaya dan fungsi secara simultan terdapat dalam produk dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan berkenaan dengan desain dan perhitungan harga pokok produk. Bagi pelanggan manfaat atas fitur dan fungsi yang ditawarkan oleh produk harus lebih besar dari biaya perolehannya.

c. Fokus pada desain produk dan desain proses

   Pengendalian biaya dibebankan pada tahapan desain produk dan tahapan desain produksi. Dengan demikian setiap perusahaan atau

---

[14] L.M. Samryn, *Akuntansi Manajemen : Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi dan Investasi*……..hal 361

[15] Armanto Witjaksono, Akuntansi Biaya, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016), hal 159

rekayasa harus dilakukan sebelum proses produksi, dengan tujuan menekan biaya dan mengurangi waktu "*time to market*" terutama bagi produk baru.

d. Cross Funtional Team

Tim/kelompok ini bertanggung jawab atas keseluruhan produk, dimulai dari ide/konsep produk hingga tahapan produksi penuh.

e. Melibatkan rantai nilai

Seluruh anggota yang terlibat dalam rantai nilai, dimulai dari pemasok barang/jasa, distributor, hingga pelanggan dilibatkan dalam proses *Target Costing.*

f. Orientasi daur hidup produk

Meminimalkan biaya selama daur hidup produk, diantara harga bahan baku, biaya operasi, pemeliharaan, dan biaya distribusi.

Target costing merupakan biaya sumber daya yang harus dikonsumsi untuk menciptakan sebuah produk yang dapat dijual pada sebuah harga sasaran. *Target costing* mempunyai empat komponen, yaitu:[16]

a. Perencanaan dan analisis pasar
b. Pengembangan konsep
c. Desain produksi dan rekayasa nilai
d. Produksi dan peningkatan berkesinambungan

[16] Tetius Clara Caroline dan Heince R.N. Wokas. "*Analisis Penerapan Target*…… hal. 596

Berdasarkan beberapa teori di atas dapat dilihat bahwa *target costing* mempunyai dua tujuan, yaitu:[17]

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

Kendala menerapkan *target costing* yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Konflik antar kelompok dan antar anggota kelompok.
b. Karyawan hyang mengalami *burnout* karena tuntutan target penyelesaian pekerjaan.
c. Target waktu penyelesaian yang terpaksa ditambah.
d. Sulitnya melakukan pengaturan atas berbagai factor penentu keberhasilan *targrt costing.*

Disarankan bagi perusahaan yang tertarik untuk menerapkan *target costing* harus memperhatikan hal-hal berikut:

a. Manajemen puncak harus memahami proses *target costing* sebelum mengadopsinya.
b. Apabila perhatian manajemen terlalu terpaku pada pencapaian sasaran *target costing*, maka dapat mengalihkan perhatian dari manajemen dari pencapaian sasaran keberhasilan organisasi secara keseluruhan.[18]

---

[17] Febriana Martina Longdong, *Penerapan Target Costing*……. hal. 1412
[18] Armanto Witjaksono, Akuntansi Biaya…… hal 162

3. Konsep Biaya dan Penggolongannya

Biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi baik yang berwujud maupun tidak berwujud yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau akan terjadi untuk mencapai tujuan. Biaya dapat diklasifikasikan dalam hubungannya dengan operasi perusahaan, yaitu biaya operasional (biaya penjualan dan biaya administrasi umum) dan biaya non-operasional, artinya biaya yang telah dikeluarkan dan diperhitungkan namun tidak mempunyai hubungan langsung dengan usaha pokok perusahaan, misalnya biaya bunga untuk perusahaan industry manufaktur.[19]

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, biaya dapat digolongkan menurut :[20]

a. Objek pengeluaran.

   Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

b. Fungsi pokok dalam perusahaan.

   Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu :

---

[19] Mursyidi, *Akuntansi Biaya*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2010), hal 13

[20] Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: UPP-STIM YKPN, 2015), hal 13-16

1) Biaya produksi, yaitu merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan ekuipmen, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagiab-bagian, baik yang langsung maupun yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.
2) Biaya pemasaran, merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kgiatan pemasaran.
3) Biaya administrasi dan umum, merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, biaya photocopy.

c. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

Dalam penggolongannya biayanmenurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

1) Biaya langsung (*direct cost*), adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
2) Biaya tidak langsung (*indirect cost*), adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik.

d. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

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

1) Biaya variabel, adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
2) Biaya semivariabel, adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
3) Biaya semifixed, adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

4) Biaya tetap, adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contohnya: gaji direktur produksi.

4. Penetapan Harga Jual

Keputusan penetapan harga jual sangat penting dalam perusahaan, hal tersebut akan dapat mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan dan juga berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Untuk menentukan harga jual jika terlalu rendah akan merugikan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan tersebut seperti kerugian terus menerus. Apabila penjualan yang terlalu tinggi juga akan dapat berakibat larinya konsumen. Harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.[21]

Islam juga mempunyai landasan dalam menetapkan harga yang ada dalam QS An-Nisa' ayat 29[22] yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا (٢٩)

"Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu*".

---

[21] Dian Rini Beutari dan Laelisneni, "*Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Perencanaan Laba Pada Home Industri Tempe Setia Budi Medan*", Jurnal Bisnis Administrasi Vol. 06 No. 01, 2017, hal. 54

[22] https://quran.kemenag.go.id-surat An-Nisa' ayat 29, diakses pada 1 Mei 2019 pukul 22.27

Maksud dari ayat tersebut adalah untuk memerintahkan kita agar tidak memakan harta orang lain dengan jalan yang batil. Kita diperintahkan untuk melakukan usaha, dengan cara berniaga yang baik. Penjelasan dari perniagaan yang baik adalah dengan menetapkan harga jual yang tidak memberatkan salah satu pihak, harga yang kita tetapkan harus sesuai persetujuan kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli atau dilandasi dengan rasa suka sama suka. Sehingga, kedua belah pihak tersebut merasa rela akan harga yang telah disepakati. Keadaan tersebut sesuai dengan konsep *target costing*, dimana pada saat penentuan harga jualnya memperhatikan lingkungan eksternalnya terlebih dahulu seperti harga pasar, harga para pesaing, keadaan ekonomi masyarakat, dan daya beli masyarakat.

Kesimpulannya bahwa sesorang tidak bias secara sepihak menetapkan harga jual. Karena pasar adalah milik semua masyarakat bersama, dan menetapkan harga jual harus berdasarkan kesepakatan antara kedua belah pihak supaya tidak ada yang merasa dirugikan dalam transaksi tersebut.

Adapun tujuan penetapan harga jual yaitu:[23]

a. Kelangsungan hidup perusahaan

   Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya, jika mengalami kapasitas lebih, persaingan ketat, atau perubahan keinginan konsumen. Untuk menjaga agar pabrik tetap

[23] Dian Rini Beutari dan Laelisneni, "*Analisis*……hal 54

beroperasi dan persediaan dapat terus berputar, mereka sering melakukan penurunan harga. Laba kurang penting dibandingkan kelangsungan hidup. Selama harga dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus berjalan.

b. Laba sekarang maksimum

Banyak perusahaan menetapkan harga yang memaksumalkan labanya sekarang.

c. Pertumbuhan penjualan maksimum

Volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi.'

5. Laba

Laba adalah kenaikan asset dalam suatu periode akibat kegiatan produktif yang dapat dibagi atau didistribusi kepada kreditor, pemerintah, pemegang saham (dalam bentuk bunga, pajak dan dividen) tanpa mempengaruhi keutuhan ekuitas pemegng saham semula[24]. Laba yang berhasil dicapai oleh suatu perusahaan merupakan salah satu ukuran kinerja dan menjadi pertimbangan oleh investor atau kreditur dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi atau untuk memberi tambahan kredit. Perusahaan yang melaporkan laba yang tinggi tentu akan menggembirakan investor yang menanamkan modalnya karena akan mendapatkan dividen atas tiap kepemilikan saham yang dimilikinya.

[24] Suwardjono. *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*, (Yogyakarta: BPFE, 2008), hal 464

Demikian juga dengan kreditur, ia akan menerima pendapatan bunga dan pengembalian pokok atas pinjaman yang diberikan.

Laba secara konseptual mempunyai karakteristik umum sebagai berikut:[25]

a. Kenaikan kemakmuran (*wealth atau well-offness*) yang dimiliki atau dikuasai suatu entitas. Entitas dapat berupa perorangan/individual, kelompok individual, institusi, badan, lembaga, atau perusahaan.
b. Perubahan terjadi dalam suatu kurun waktu (periode) sehingga harus diidentifikasikan kemakmuran awal dan kemakmuran akhir.
c. Perubahan dapat dinikmati, didistribusi, atau ditarik oleh entitas yang menguasai kemakmuran asalkan kemakmuran awal dipertahankan.

B. Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji tentang metode *target costing* dalam upaya peningkatan laba produksi pada perusahaan, serta beberapa peneltian yang masih memiliki kaitan dalam penelitian ini.

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Rukmi dan Muhammad[26], memiliki tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan metode *target costing* dalam perhitungan biaya produksi pada CV. HOKI *Production*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini

[25] Ibid, hal 465

[26] Rukmi Juwita dan Muhammad Rizal Satria. "*Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Produk*". Jurnal kajian akuntansi. Vol. 1 No. 2, 2017

adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian ini adalah hasil perhitungan biaya produksi dengan menggunakan *value engincering* lebih kecil dibandingkan dengan biaya produksi yang belum menggunakan metode *target costing*, berdasarkan hasil perhitungan biaya produksi menggunakan metode *target costing* dengan alternative rekaya nilai (*value engincering*) menunjukkan bahwa penerapan target costing pada UKM konveksi CV. HOKI *Production* lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan perusahaan selama ini. Persamaannya dengan penelitian yang dilakukan pada saat ini adalah menggunakan metode *target costing* dalam upaya meningkatkan laba, sedangkan perbedaannya adalah pada tahap perhitungannya yaitu penelitian ini hanya melakukan tiga tahap penghitungan.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Roisatul, Kharis, dan Hartono[27], memiliki tujuan penelitian ini adalah untuk membantu perusahaan dalam menekan biaya produksi dengan metode *target costing*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian ini adalah hasil analisis penerapan metode *target costing* yang menunjukkan bahwa penerapan metode *target costing* lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukkan perusahaan selama ini, dimana dengan metode *target costing* perusahaan dapat memperoleh laba diatas 15% yang semula perusahaan hanya memperoleh laba dibawah 15%.

[27] Rosiatul Khasanah dkk. ”*Analisis Penerapan Metode Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Untuk Memaksimalkan Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka Di Salatiga Tahun 2016)*.” Jurnal ekonomi-akuntansi. Tahun 2017

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama sama menggunakan metode *target costing* dalam upaya peningkatan laba produksi. Sedangkan perbedaannya adalah pada analisis data yang dilakukan adalah pada analisis data yang dilakukan.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Tertius dan Heince[28] memiliki tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengendalian biaya produksi dengan penerapan metode *target costing* dan untuk menganalisis pengendalian biaya produksi dengan penerapam *activity based costing*. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian ini adalah pada metode *target costing* belum tepat di terapkan dalam perhitungan biaya produksi di UD. Bogor Bakery karena menunjukkan perhitungan jumlah biaya produksi yang sangat tinggi, yang menunjukkan bahwa target biaya yang ditentukan perusahaan sangat tinggi dari biaya produksi sebenarnya. Sedangkan untuk metode *activity based costing* dapat diterapkan dengan baik di UD. Bogor Bakery karena perhitungan jumlah produksi dengan system *activity based costing* yang lebih rendah dari perhitungan biaya dengan menggunakan *target costing*, sehingga *activity based costing* dapat membantu manajemen dalam pengendalian biaya produksi berdasarkan aktivitas yang ada dengan lebih akurat. Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu sama sama menggunakan metode *target costing*. Sedangkan perbedaannya adalah di penelitian ini lebih efisien menggunakan metode *activity based*

[28] Tertius Clara Caroline dan Heince R.N Wokas, *Analisi Penerapan Target Costing Dan Activity-Based Costing Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pengendalian Biaya Produksi Pada U.D Bogor Bakery*, Jurnal EMBA Vol. 4 No. 1, 2016

costing dalam memperhitungkan biaya produksi dari pada dengan metode *target costing*.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Sumangkut, Jantje dan Victorina[29], memiliki tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pendekatan *target costing* dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi dalam proses produksi. Metode penelitian ini yang digunakan adalah metode komparatif. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa penerapan *target costing* pada UD. Cinta Kasih lebih efisien jika dibandingkan dengan perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama sama menggunakan metode *target costing* dalam memaksimalkan laba. Sedangkan perbedaannya adalah pada hasilnya ini terarah pada peningkatan produksinya.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Eza, Imam dan, Nining[30], memiliki tujuan penelitian ini adalah untuk menelaah penerapan *target costing* pada produsen tape Sumber Madu dalam mengelola biaya produksinya, sehingga Sumber Madu dapat memperoleh laba yang diinginkan. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah target costing pada Sumber Madu dapat dengan baik menekan biaya produksi dan meningkatkan laba hingga mencapai laba yang di inginkan. Target laba sebesar 25% dari satu

---

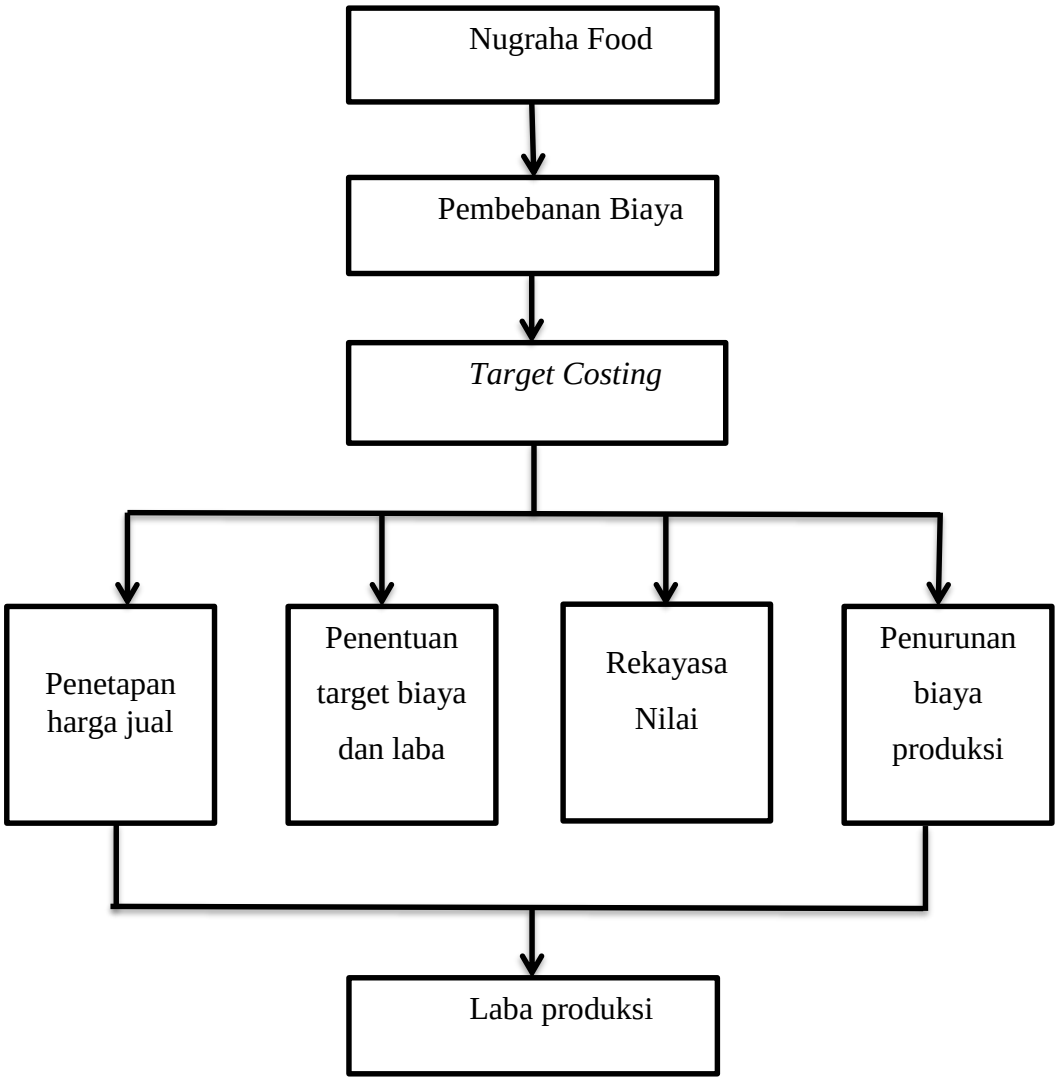
[29] Sumangkut Garry Gregory dkk. *" Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada UD. Cinta Kasih"*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. Vol. 16 No. 04, 2016.

[30] Eza Gusti Anugerah dkk. "*Penerapan Target Costing Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba*". E-journal ekonomi bisnis dan akuntansi. Vol. IV No. I, 2017

unit produk dapat tercapai dengan baik menggunakan metode tersebut. Dengan metode tersebut, Sumber Madu dapat menghemat dengan cara menekan biaya produksinya sebesar 5% hingga 10% dari biaya produksi yang dikeluarkan sebelum menggunakan metode *target costing*. Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu sama sama menggunakan metode *target costing*. Perbedaanya ini adalah dengan melihat proses penghitungan dengan mengurangi penggunaan bahan produksi.

C. Kerangka Berfikir Teoritis

Peneliti mengambil tempat untuk melakukan penelitian di sebuah usaha keripik Nurgraha Food di Tulungagung bertujuan untuk menerapkan metode *target costing* untuk meningkatkan laba produksi. Langkah yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan mengetahui pembebanan biaya pada usaha keripik Nugraha Food Tulungagung. Maka peneliti menerapkan metode *target costing* pada Nugraha Food Tulungagung dengan menetapkan harga jual produk, menentukan target biaya dan target laba, melakukan rekayasa nilai dari penurunan biaya produksi sehingga dapat meningkatkan laba dalam produksi tersebut. Pada penelitian ini membahas terkait dengan penerapan *target costing* untuk peningkatan laba produksi pada usaha mikro kecil menengah Nugraha Food Tulungagung. Yang selanjutnya dibuatlah suatu rumusan masalah tersebut. Dari data yang diperoleh kemudian diolah dari tahap awal sampai akhir, sehingga

didapatkan hasil dari penelitian tersebut. Adapun skema kerangka berfikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1