



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 16792-16804

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Peran Target Costing dalam Mengurangi Biaya dan Pengembangan Produk Pada Perusahaan Industri

Helena Ronauli Tampubolon^{1✉}, Dian Putri Sihotang², Ardin Dolok Saribu³, Nova Sri Andriyana
Purba⁴, Agustim Jamal Lumban Tobing⁵, Wahyudi Batubara⁶

Universitas HKBP Nommensen

Email: helena.tampubolon@student.uhn.ac.id^{1✉}

Abstrak

Dalam era globalisasi yang menuntut Perusahaan untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif, strategi pengelolaan biaya produksi dan pengembangan produk menjadi kunci utama dalam mencapai keberhasilan. Salah satu strategi yang terbukti efektif adalah penerapan Target Costing, yang bertujuan untuk mengurangi biaya produksi seminimal mungkin sambil tetap menjaga tingkat kualitas produk yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran Target Costing dalam mengoptimalkan biaya produksi dan pengembangan produk pada Perusahaan industri. Melalui studi literatur yang mendalam, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang konsep, manfaat, dan implementasi Target Costing dalam konteks industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Target Costing dapat membantu Perusahaan untuk meningkatkan efisiensi biaya, mengembangkan produk secara berkelanjutan, dan menghadapi persaingan pasar dengan lebih baik. Dengan demikian, Target Costing memiliki peran yang signifikan dalam mendukung keberhasilan Perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

Kata Kunci: *Target Costing, Pengembangan Produk, Pengurangan Biaya*

Abstract

In the era of globalization that requires companies to remain competitive in an increasingly competitive market, strategies for managing production costs and product development are the main keys to achieving success. One strategy that has proven effective is the implementation of Target Costing, which aims to reduce production costs to a minimum while still maintaining a high level of product quality. This research aims to explore the role of Target Costing in optimizing production and product development costs in industrial companies. Through an in-depth literature study, this research provides a better understanding of the concept, benefits and implementation of Target Costing in an industrial context. The research results show that implementing Target Costing can help companies increase cost efficiency, develop products sustainably, and face market competition better. Thus, Target Costing has a significant role in supporting the Company's success in facing dynamic market challenges.

Keywords: Target Costing, Product Development, Cost Reduction

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi pertumbuhan dan perkembangan sangat sulit ditebak. Hal ini disebabkan karena terjadinya perubahan pada bidang ekonomi, sosial dan politik. Perubahan yang terjadi juga mengakibatkan perkembangan pada struktur perekonomian secara global. Dengan adanya perkembangan ekonomi tersebut mengakibatkan timbulnya perubahan – perubahan baru yang mengacu pada persaingan setiap perusahaan.

Di situasi sekarang ini terjadi persaingan global yang semakin marak, perkembangan teknologi yang semakin canggih dan persaingan yang ketat, mengakibatkan setiap perusahaan harus mencapai keunggulan yang kompetitif. Demi mencapai keunggulan yang kompetitif setiap perusahaan mulai berfokus pada biaya dengan melakukan pengurangan biaya, sehingga perusahaan menghasilkan produk untuk memperoleh laba, salah satu hal penting dalam pengurangan biaya yaitu dengan menerapkan *target costing*.

Oleh karena itu, dalam pengurangan biaya dibutuhkan cara atau strategi yang digunakan untuk meminimalisir biaya, salah satunya yaitu strategi *target costing*. *Target costing* ini menjadi salah satu sistem pada akuntansi biaya yang memuat dan menyediakan informasi pada salah satu manajemen yang digunakan untuk memantau perkembangan seperti apa yang sudah dicapai oleh perusahaan dalam pengurangan biaya produk dalam mencapai *target costing* yang sudah ditetapkan.

Dalam perkembangan produk dengan menggunakan strategi *target costing*, perusahaan harus melibatkan departemen desain dan departemen RnD (Research and Development) untuk mendapatkan inovasi terbaru terhadap produk. Pengembangan produk ini memiliki tujuan dalam menghadapi persaingan pada perusahaan dimasa yang akan datang.

Pendekatan *target costing* pada tim pengembangan produk bekerja untuk menentukan biaya maksimum yang dapat diterima oleh pasar untuk produk tersebut. Kemudian mereka merancang produk dengan memperhatikan target biaya, serta memastikan bahwa kualitas dan fitur yang diinginkan oleh pelanggan tetap terpenuhi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan nilai produk dan memastikan keuntungan yang diinginkan sekaligus mempertahankan daya saing di pasar.

Persaingan yang keras, dinamis dan dipenuhi ketidakpastian yang terjadi di hampir semua pasar mengisyaratkan adanya kebutuhan untuk selalu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pelanggan dan tindakan pesaing melalui upaya-upaya penyampaian *customer value* secara lebih memuaskan kepada pelanggan. Hal ini merupakan latar belakang mengapa pengembangan produk baru menjadi keharusan agar perusahaan tetap dapat mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Ini bukanlah pekerjaan yang mudah, karena membutuhkan berbagai usaha, waktu, dan kemampuan sumber daya perusahaan termasuk besarnya risiko dan biaya kegagalan yang harus ditanggung.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) yang dikutip dalam buku (Muniarty et al., 2023) Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi dan juga dapat sebagai alat untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk meliputi objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.

Menurut (Muniarty et al., 2023) Produk baru meliputi produk asli, produk yang ditingkatkan, produk yang dimodifikasi dan merk baru. Alasan perusahaan dalam mengembangkan produk baru, yaitu untuk meningkatkan penjualan dan memperoleh keuntungan perusahaan. Produk baru dapat diperoleh melalui (1) Melalui akuisisi yaitu dengan membeli seluruh perusahaan, paten, atau lisensi untuk membuat produk perusahaan lain, dan (2) Melalui pengembangan produk baru yaitu pengembangan produk asli, (Kotler, 2001) dalam (Muniarty et al., 2023).

Menurut Danang Sunyoto (2013) dikutip dalam buku (Muniarty et al., 2023) Pengembangan produk (*product development*) adalah kegiatan-kegiatan pembuat barang dan perantara yang bermaksud melakukan penyesuaian barang - barang yang dibuat atau ditawarkan untuk dijual atas permintaan pembeli. Pengembangan produk merupakan strategi dan proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam pengembangan produk, memperbaiki produk lama atau memperbanyak kegunaan produk ke segmen pasar yang ada dengan asumsi pelanggan menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk.

Maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memunculkan inovasi baru mengenai produk, serta mengembangkan produk lama.

Menurut penelitian (Simanjuntak & Doloksaribu, 2021) Pengurangan Biaya (cost reduction) adalah suatu hal yang diharuskan jika lingkungan penetapan harga terjadi terus menerus kecuali kalau suatu organisasi dapat mendominasi satu atau lebih segmen yang kurang peka terhadap pesaing harga.

Target Costing (Target Biaya) adalah Proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan untuk produk baru dan kemudian mengembangkan contoh produk yang dapat dibuat dengan menguntungkan dan disalurkan untuk angka biaya target maksimum tersebut (Saribu, 2023).

Selanjutnya, menurut (Tambunan et al., 2021), *Target costing* merupakan penentuan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut akan dapat memperoleh laba yang diharapkan.

Disimpulkan bahwa, *Target costing* merupakan suatu strategi yang digunakan untuk meminimalkan biaya untuk menghasilkan harga produk yang dijual lebih kompetitif, sehingga perusahaan akan memperoleh laba dari hasil penjualan produk tersebut.

Target Costing is a proactive approach to cost management. *Target costing* starts with determining what costumers are willing to pay for a product or service and then subtracts a desired profit on sales to determine the allowable, or target, cost of product or service (Dolok Saribu, 2023).

Definisi di atas menggambarkan :

1. *Target costing* bukanlah suatu teknik. *Target costing* lebih merupakan suatu filosofi atau pendekatan penetapan harga dan manajemen biaya.
2. *Target costing* melakukan pendekatan yang proaktif terhadap manajemen biaya, menggambarkan suatu kepercayaan bahwa biaya paling baik dikelola oleh keputusan – keputusan yang dibuat selama pengembangan produk.
3. *Target costing* membantu karyawan agar berorientasi kepada pelanggan akhir dan menekankan pengertian bahwa seluruh departemen dalam organisasi (Rantai Nilai / Value Chain) harus bekerja sama.
4. *Target costing* juga memberdayakan karyawan, yang akan memberikan tanggungjawab untuk melaksanakan aktivitas yang perlu untuk memberikan produk atau jasa dengan wewenang untuk menentukan aktivitas – aktivitas apa yang dipilih.

Karakteristik *Target Costing*

Menurut R.A Supriono (2010) dalam (Kholidah, 2017), karakteristik *Target Costing* adalah sebagai berikut :

1. *Target costing* diterapkan dalam pengembangan dan perencanaan serta *costing* berbeda dari sistem pengendalian biaya standar yang diterapkan dalam tahap produksi.
2. *Target costing* bukan merupakan metode manajemen untuk pengendalian biaya dalam pemikiran tradisional, namun salah satu tujuannya adalah mengurangi biaya.
3. Dalam proses penentuan target biaya, banyak metode ilmu manajemen yang digunakan, sebab tujuan manajerial target biaya meliputi teknik – teknik pengembangan dan perancangan produk.
4. Kerjasama banyak departemen diperlukan dalam melaksanakan *target costing*.
5. *Target costing* disesuaikan dengan produk yang akan diproduksi.

Alasan Menggunakan Target Costing

Menurut Garrison, Noreen (2001) dalam (Kholidah, 2017), pendekatan target costing dikembangkan dengan memperhitungkan dua karakteristik penting pasar dan biaya. Pertama adalah bahwa perusahaan tidak dapat mengendalikan harga, pasarlah (permintaan dan penawaran) yang menentukan harga. Kedua adalah bahwa sebagian besar biaya produk ditentukan pada tahap desain. Sesudah didesain dan dimasukkan ke dalam produksi, tidak banyak yang dapat dilakukan untuk melakukan perubahan yang signifikan. Sebagian besar kesempatan untuk mengurangi biaya ada pada tahap desain seperti menggunakan bahan yang mudah dibuat, menggunakan komponen yang murah, tetapi tetap kuat dan dapat diandalkan.

METODE PENELITIAN

1. Studi Literatur

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi literatur. Metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian (Zed, 2008 : 3) dalam jurnal (Kartiningrum, 2015).

Studi kepustakaan ini adalah sebuah kegiatan yang diwajibkan pada penelitian, terutama pada penelitian akademik yang bertujuan mengembangkan aspek teoritis maupun aspek manfaat praktis. Peneliti bertujuan mencari dasar pijakan / fondasi untuk memperoleh dan membangun landasan teori, kerangka berpikir, dan menentukan dugaan sementara atau disebut dengan hipotesis penelitian pada studi kepustakaan yang dilakukan.

Melakukan studi literatur ini dilakukan oleh peneliti antara setelah mereka menentukan topik penelitian dan ditetapkannya rumusan permasalahan, sebelum mereka terjun ke lapangan untuk mengumpulkan data yang diperlukan (Darmadi, 2011) dalam jurnal (Kartiningrum, 2015).

2. Pengumpulan Data

Data yang digunakan berasal dari buku, jurnal, artikel ilmiah yang berisikan tentang konsep yang diteliti.

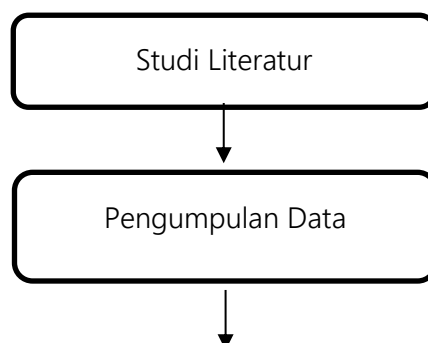
3. Analisa

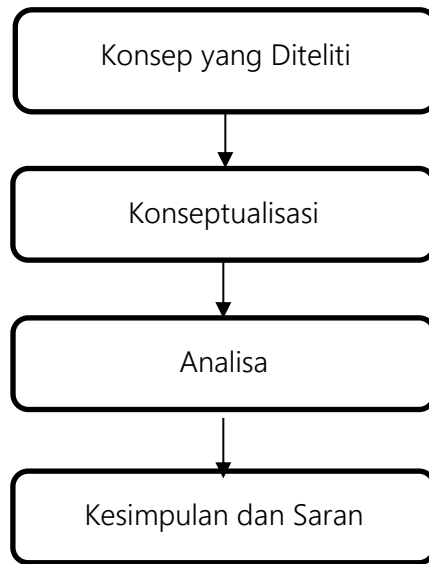
Penelitian dimulai dengan materi hasil penelitian yang diperhatikan dari yang paling relevan, relevan dan cukup relevan.

Membuat catatan, kutipan, atau informasi yang disusun secara sistematis sehingga penelitian dengan mudah dapat mencari kembali jika sewaktu – waktu diperlukan. (Damardi,2011) dalam (Kartiningrum, 2015).

4. Diagram Alir

Secara sistematis langkah – langkah dalam menulis penelitian dengan menggunakan studi literatur adalah seperti berikut :





Gambar 1. Diagram Alir Konsep yang diteliti

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekuatan Jurnal Utama

1. Menjelaskan bahwa *target costing* berperan dalam pengurangan biaya pada perusahaan industri kepemilikan saham publik Yordania.

Jurnal ini menjelaskan bagaimana *target costing* berperan dalam pengurangan biaya. *Target costing* memiliki peran penting dalam pengurangan biaya pada perusahaan industri. Dalam konteks industri, strategi *target costing* digunakan sebagai strategi yang efektif dalam mengurangi biaya produksi dan meningkatkan efisiensi operasional. Penerapan *Target costing* diawali dengan menentukan harga jual yang diinginkan berdasarkan pasar dan strategi bisnis. Harga jual ini kemudian menjadi target biaya maksimum yang harus dicapai untuk laba yang diinginkan. Untuk mencapai laba tersebut maka perusahaan harus fokus pada efisiensi dan mencari cara untuk memproduksi produk dengan biaya serendah mungkin. *Target costing* juga dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi dan menghilangkan pemborosan, sehingga menurunkan biaya produksi dan meningkatkan profitabilitas.

Pada jurnal utama yang berjudul "The Role of Target Costing in Reducing Costs and Developing Products in the Jordanian Public Shareholding Industrial Companies" yang ditulis oleh (Falah MATARNEH & Kh EL-DALABEEH, 2016) menyatakan bahwa penerapan *target costing* dalam pengurangan biaya di perusahaan industri Yordania memiliki hasil yang efisien, hal tersebut dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis memberikan pernyataan bahwa dalam menerapkan *target costing* perusahaan mempertimbangkan beberapa faktor seperti : 1. Mempelajari tingkat teknologi yang

digunakan dalam proses produktivitas yang membantu mengurangi biaya; 2. Mendapatkan manfaat dari biaya pesaing ketika merencanakan *target costing* untuk menemukan area baru untuk mengurangi biaya; 3. Membuat beberapa perubahan pada produk dalam proses produksi untuk mencapai pengurangan biaya yang lebih besar; 4. Menghubungkan *target costing* dengan metode kualitas total menghasilkan penghematan biaya; dan 5. Mempelajari faktor – faktor efektif pada biaya produk untuk mencari pengurangan biaya ke tingkat terendah dengan tetap menjaga kualitas produk.

Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian (Sumakul et al., 2018), yang menyatakan bahwa *target costing* merupakan alternatif yang baik bagi CV. Verel Tri Putra Mandiri hal ini dapat dilihat dan diketahui dari perbedaan biaya dan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan sebelum dan setelah menggunakan strategi *target costing*.

Hasil penelitian dari (Saleh et al., 2022), juga menyatakan bahwa *target costing* berhasil menekan biaya produksi pada CV. Galuh Sari Bogor.

2. Menjelaskan bahwa *target costing* berperan dalam pengembangan produk perusahaan industri kepemilikan saham publik Yordania

Jurnal ini menjelaskan bagaimana *target costing* berperan dalam pengembangan produk. *Target costing* memiliki peran penting dalam pengembangan produk karena tujuan dari penerapan *target costing* adalah untuk mengurangi biaya produk seminimal mungkin dan memiliki tingkat kualitas produk setinggi – tingginya, sehingga memungkinkan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang besar.

Pada jurnal utama yang berjudul “The Role of Target Costing in Reducing Costs and Developing Products in the Jordanian Public Shareholding Industrial Companies” yang ditulis oleh (Falah MATARNEH & Kh EL-DALABEEH, 2016), menyatakan bahwa perusahaan berhasil menerapkan *target costing* terhadap pengembangan produk di industri Yordania, dalam mengembangkan produk perusahaan mempertimbangkan beberapa hal sebagai berikut : 1. Penerapan *target costing* mencapai lebih banyak keunggulan karakteristik produk dibandingkan produk pesaing; 2. Perusahaan menyiapkan sekumpulan desain untuk produk yang sama dimana setiap desain memiliki kesamaan fitur tetapi dengan tingkat biaya yang berbeda; 3. Perusahaan menganalisis kelayakan ekonomi komponen produk; 4. Perusahaan mengembangkan dan meningkatkan produk secara terus menerus untuk mengurangi biaya dan meningkatkan kualitasnya. Dengan melakukan pertimbangan tersebut maka produk di industri Yordania mengalami pengembangan tetapi tidak menggunakan biaya yang besar.

Hal ini juga didukung oleh (Sudarmadji, 2012), yang menyatakan bahwa *target costing* memiliki manfaat dalam pengembangan produk terutama saat persaingan usaha yang

sangat ketat. Hal ini disebabkan karena *target costing* memiliki kemampuan untuk melakukan kegiatan produksi dengan penetapan harga yang sesuai dengan kemampuan menciptakan keunggulan bersaing di pasar. Adanya *target costing* membuat ada kemampuan untuk melakukan produksi sesuai dengan biaya yang ditetapkan yaitu pada akhirnya mendorong penetapan harga yang lebih murah dibandingkan pesaing, dan pada akhirnya menyebabkan ada kemampuan menarik minat beli dari konsumen.

Kelemahan Jurnal Utama

1. Tidak membahas mengenai penetapan biaya produksi dalam pengembangan produk

Penetapan biaya produksi merupakan suatu cara yang digunakan untuk menentukan dan mencatat semua biaya yang terkait dengan pembuatan sebuah produk. Penetapan biaya produksi itu melibatkan analisis rincian atau susunan biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead. Pentingnya penetapan biaya karena berkontribusi pada proses pengembangan produk. Setelah biaya – biaya disusun atau ditetapkan, perusahaan akan mengetahui berapa biaya yang akan dikeluarkan dan dapat menghitung berapa biaya untuk produk berikutnya.

Penetapan biaya terkait dengan harga produk yang nantinya akan dijual dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Produk yang sudah dibuat dengan biaya yang serendah mungkin dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, yang akan sangat membantu perusahaan dalam mengembangkan produknya. Dari persediaan bahan baku yang memerlukan biaya hanya sedikit, tenaga kerja langsung yang mampu bekerja dengan tim dan memiliki kemampuan atau *skill* yang terampil yang dapat menghasilkan produk bagus dan biaya overhead atau biaya lain – lain yang mendukung proses pengembangan produk.

Dalam pengembangan produk, harus diketahui bagaimana penetapan biaya agar dapat dijadikan sebagai acuan dalam penambahan inovasi produk. Penetapan biaya produksi juga menentukan perancangan produk yang akan dibuat. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa penetapan produk ini memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan produk.

Di dalam jurnal utama yang berjudul "The Role of Target Costing in Reducing Costs and Developing Products in the Jordanian Public Shareholding Industrial Companies" yang ditulis oleh (Falah MATARNEH & Kh EL-DALABEEH, 2016), tidak dipaparkan atau tidak dibuat daftar rincian apa saja dan berapa biaya yang ditetapkan dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya overhead untuk pengembangan produk sehingga pembaca tidak memperoleh informasi dan kurang memahami bagaimana penetapan biaya produksi yang

dilakukan oleh perusahaan industri Yordania, dan pembaca juga tidak mengetahui berapa biaya yang ditekankan oleh perusahaan tersebut. Sehingga jurnal utama ini kurang mendukung untuk menambah pengetahuan.

Sedangkan di jurnal pendukung yang berjudul "Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi pada CV. Verel Tri Putra Mandiri" yang ditulis oleh (Sumakul et al., 2018), dibuat secara lengkap dimulai dari apa saja bahan baku yang dibutuhkan beserta dengan harga yang dikeluarkan setiap kali pembuatan produk baru dengan mengembangkannya, biaya tenaga kerja langsung dalam pengembangan produk sesuai bagian masing – masing, dan biaya overhead yang dikeluarkan setiap bulannya.

Dari jurnal pendukung tersebut dapat diperoleh informasi yang lebih jelas dan rinci untuk menambah pengetahuan dan informasi kepada pembaca untuk keperluan penelitian ataupun membandingkan jurnal, dan jurnal ini juga cocok untuk menambah wawasan pembaca dalam memperoleh informasi mengenai penetapan biaya produksi dalam pengembangan produk.

2. Tidak menerapkan teknik pengurangan biaya produksi dalam *target costing*

Pengurangan biaya produksi merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengurangi biaya yang tidak diperlukan dalam menghasilkan suatu produk atau layanan. Dalam proses produksi, biaya produksi terdiri dari biaya yang tidak berubah secara signifikan, seperti biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan biaya bahan baku yang digunakan secara terus – menerus.

Teknik pengurangan biaya yang terjadi pada strategi *target costing* melibatkan pendekatan terbalik, dimana biaya produk ditentukan berdasarkan harga jual yang diinginkan. Proses ini dimulai dengan menentukan harga jual yang diinginkan, kemudian biaya produk ditentukan dengan cara menghitung biaya yang diperlukan untuk mencapai harga jual tersebut. Dengan demikian, biaya produk yang ditentukan dapat digunakan sebagai acuan untuk mengoptimalkan proses produksi dan mengurangi biaya – biaya yang diperlukan.

Dalam penetapan strategi *target costing*, biaya produk ditentukan dengan mempertimbangkan proses desain produk. Proses ini melibatkan analisis biaya yang terperinci, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead, dalam menentukan biaya yang efektif untuk mencapai harga jual yang diinginkan.

Pada jurnal utama "The Role of Target Costing in Reducing Costs and Developing Products in the Jordanian Public Shareholding Industrial Companies" yang ditulis oleh (Falah MATARNEH & Kh EL-DALABEEH, 2016), tidak memaparkan bagaimana teknik pengurangan

biaya produksi yang digunakan pada *target costing*, jurnal utama pun tidak memberikan penjelasan mengenai hal – hal yang dapat menguntungkan perusahaan apabila menerapkan *target costing* dalam strategi pengurangan biaya produksi hal tersebut mengakibatkan jurnal utama kurang efisien dalam memberikan penjelasan mengenai teknik pengurangan biaya produksi yang digunakan pada *target costing* bagi pembaca.

Sedangkan pada jurnal pendukung yang diteliti oleh (Simanjuntak & Doloksaribu, 2021), yang berjudul “Teknik Pengurangan Biaya Dengan Tujuan Meningkatkan Produktivitas Dalam Mencapai Laba Yang Maksimum”, menuliskan bahwa Pengurangan Biaya dalam hal ini yaitu suatu upaya untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengurangi biaya – biaya yang tidak efisien atau tidak perlu dalam suatu organisasi. Hal tersebut memiliki tujuan utama dimana untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan profitabilitas, dan mencapai keunggulan kompetitif dengan cara mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia. Dengan mengurangi biaya secara efektif, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas dan menghasilkan produk dengan harga yang lebih kompetitif serta meningkatkan kinerja keseluruhan perusahaan. Jurnal tersebut membahas berbagai strategi, metode, dan konsep terkait pengurangan biaya yang dapat membantu perusahaan dalam mencapai efisiensi operasional, meningkatkan profitabilitas dan bersaing secara kompetitif di pasar. Selain pada kualitas produk sebagai bagian dari strategi pengurangan biaya untuk mencapai tujuan laba yang optimal.

3. Tidak membahas peningkatan laba dalam *target costing*

Laba atau keuntungan menjadi salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Laba juga merupakan alat ukur keberhasilan dalam suatu usaha, dan laba juga sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bagi pihak manajemen dan investor.

Dengan *target costing*, harus diketahui bahwa dalam meningkatkan laba dapat melalui biaya produksi : biaya yang terjadi untuk mengelola bahan baku menjadi produk siap untuk dijual dan menentukan harga jual yang kompetitif.

Pada jurnal utama yang berjudul “The Role of Target Costing in Reducing Costs and Developing Products in the Jordanian Public Shareholding Industrial Companies” yang ditulis oleh (Falah MATARNEH & Kh EL-DALABEEH, 2016), tidak membahas laba dari perusahaan tersebut dengan lebih terperinci, sehingga para pembaca juga tidak mengetahui bagaimana peningkatan laba dari perusahaan industri. Tanpa adanya penjelasan ini membuat para pembaca kesulitan untuk menemukan gambaran yang

lengkap mengenai kinerja dari perusahaan industri dan pemahaman mengenai peningkatan laba dalam target costing.

Sedangkan pada jurnal pendukung yang ditulis oleh (Saleh et al., 2022), menjelaskan secara terperinci bahwa penerapan target costing dalam upaya efisiensi biaya produksi dapat meningkatkan laba, sehingga dapat menambah pengetahuan pembaca.

SIMPULAN

Target costing merupakan strategi yang penting dalam pengelolaan biaya produksi pada perusahaan industri. Sehingga penerapan *target costing* dapat membantu perusahaan untuk mengurangi biaya pada biaya produksi tanpa menurunkan kualitas dari produk. Dan Penggunaan strategi *target costing* membantu perusahaan untuk meningkatkan laba pada perusahaan industri. Penerapan *target costing* juga dapat dijadikan alternatif dalam upaya pengendalian biaya produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dolok Saribu, A. (2023). *Akuntansi manajemen lanjutan (Advanced Management Accounting) edisi kelima_.pdf*. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/8868>
- Falah MATARNEH, G., & Kh EL-DALABEEH, A.-R. (2016). The Role of Target Costing in Reducing Costs and Developing Products in the Jordanian Public Shareholding Industrial Companies. *International Journal of Academic Research in Accounting*, 6 (4), 301–312. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v6-i4/2465>
- Kartiningrum, E. D. (2015). Panduan Penyusunan Studi Literatur. *Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Kesehatan Majapahit, Mojokerto*, 1–9.
- Kholidah, A. D. (2017). *Analisis penetapan harga jual berbasis target costing dalam pengembangan produk pada PT Duta Palladium Development Gresik*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/10827>
- Muniarty, P., Marthiana, W., Sudirjo, F., Fauzan, R., Wirakusuma, K. W., Octaviani, D. A., Della, R. H., Kurnia, A. Y., Lawi, A., Kuswandi, S., & Sanusi. (2023). Perancangan dan Pengembangan Produk. In *Journal of the American Chemical Society* (Vol. 123, Issue 10, pp. 2176–2181). <https://cursa.ihmc.us/rid=1R440PDZR-13G3T80-2W50/4>. Pautas-para-evaluar-Estilos-de-Aprendizajes.pdf
- Saleh, R., Firmansyah, I., & Iwan Riswandi, D. (2022). *PENERAPAN TARGET COSTING DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN LABA PADA CV GALUH SARI BOGOR (Implementation of Target Costing In Production Cost Efficiency for Increasing Profit at CV Galuh Sari Bogor)*. 12 (2), 1–14.

- Saribu, A. D. (2023). Kumpulan Istilah AKUNTANSI KEUANGAN & BIAYA. In *Book* (Issue 21). https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/8502/Kumpulan_istilah_akuntansi_keuangan_dan_biaya.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Simanjuntak, N., & Doloksaribu, A. (2021). Teknik Pengurangan Biaya Dengan Tujuan Meningkatkan Produktivitas Dalam Pencapaian Laba Yang Maksimum: Sebuah Kajian Pustaka. *PROFESIONAL Jurnal Ekonomi*, 1 (1), 17–23. <https://jurnal.yappsu.org/index.php/skylandsea/article/view/3%0Ahttps://jurnal.yappsu.org/index.php/skylandsea/article/download/3/3>
- Sudarmadji, L. C. (2012). Jurnal ilmiah mahasiswa akuntansi. *Peranan Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Kinerja Unit Bisnis Dalam Berbagai Tingkatan Kompetisi Pasar Linda*, 1(4), 49–55.
- Sumakul, A. M., Manossoh, H., & Mawikere, L. M. (2018). Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada Cv.Verel Tri Putra Mandiri. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 14 (1), 496–502. <https://doi.org/10.32400/gc.13.04.21307.2018>
- Tambunan, H. B., Ilat, V., & Pusung, R. J. (2021). Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Penghematan Biaya Produksi pada UMKM Trendy Fried Chicken di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 1335–1341.