

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan yang mau berkembang harus mampu menghasilkan produk yang baik dan produksi yang tinggi, hasil produksi yang tinggi akan tercapai apabila perusahaan memiliki efisiensi produksi yang tinggi. Namun untuk mencapai efisiensi yang tinggi tersebut tidak mudah, karena banyak faktor yang mempengaruhi, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan. Faktor internal tersebut antara lain adalah bahan baku, tenaga kerja, mesin, metode biaya produksi, dan pasar.

Perusahaan harus mampu menciptakan suatu produk maupun jasa yang harganya lebih rendah atau paling tidak sama dengan harga yang ditawarkan oleh pesaingnya. Agar dapat memperoleh produk seperti itu perusahaan harus berusaha untuk mengurangi biaya produksi yang harus dikeluarkan pada proses produksinya.

Mulyadi mengemukakan:

**Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*).<sup>1</sup>**

Agar dapat mencapai hal tersebut perusahaan perlu menerapkan *target costing* untuk mencapai tujuan perusahaan dalam rangka pengurangan biaya, yang

---

<sup>1</sup> Mulyadi, **Akuntansi Biaya**, Edisi Kelima: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta, 2014, hal. 8

pada akhirnya akan memberi dampak kepada tingkat harga yang kompetitif. *Target costing* adalah metode penentuan biaya berdasarkan perencanaan harga jual dan laba yang diinginkan dari suatu produk, kemudian setelah itu dilakukan desain dan proses produksi untuk mencapai tujuan perbaikan usaha pada pengurangan biaya produksi produk.

PT. Toba Pulp Lestari, Tbk merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang usaha industri bubur kertas (*pulp*). Kegiatan yang dilakukan perusahaan ini dimulai dari penanaman kayu eucalyptus, pengolahan kayu hingga menghasilkan pulp. Untuk mendukung bahan baku kayu industri perseroan ini memperoleh bahan baku kayu dari 2 sumber yaitu Hutan Tanaman Industri (HTI) yang diadakan serta didirikan oleh PT. Toba Pulp Lestari, Tbk, dan Perkebunan Kayu Rakyat (PKR). Hasil produksi pulp ini dapat digunakan sebagai bahan baku pokok untuk kertas dan serat rayon.

Adapun biaya produksi yang dikeluarkan oleh PT. Toba Pulp Lestari, Tbk pada tahun 2019-2020 tertera pada tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Biaya Produksi PT. Toba Pulp Lestari, Tbk Porsea**

Tahun	Biaya Produksi
2019	Rp 1.591.390.836.000
2020	Rp 1.555.071.117.000

*Sumber: PT. Toba Pulp Lestari, Tbk*

Pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa PT. Toba Pulp Lestari, Tbk mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp 1.591.390.836.000, dan pada tahun 2020 pengeluaran biaya produksi sebesar Rp 1.555.071.117.000.

Biaya produksi merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi suatu perusahaan, pada PT. Toba Pulp Lestari, Tbk dalam menghitung biaya nya

masih menggunakan metode/sistem tradisional, yang dimana metode ini dalam pembebanan biaya *overhead* pabrik berpusat pada distribusi dan alokasi biaya *overhead* pabrik daripada berusaha mengurangi pemborosan biaya produksi atau menghilangkan aktivitas yang mengakibatkan peningkatan biaya produksi.

Biaya produksi yang dikeluarkan oleh PT. Toba Pulp Lestari, Tbk Porsea dengan menggunakan metode tradisional pada tahun 2019-2020 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. 2**  
**Rincian Biaya Produksi PT. Toba Pulp Lestari, Tbk Porsea**

Tahun	BBB	BTKL	BOP
2019	Rp 1.205.283.870.000	Rp 91.802.844.000	Rp 294.304.122.000
2020	Rp 1.123.847.102.000	Rp 87.730.025.000	Rp 343.493.990.000

*Sumber: PT. Toba Pulp Lestari, Tbk*

Pada tabel 1.2 dapat diketahui bahwa PT. Toba Pulp Lestari, Tbk pada tahun 2019 mengeluarkan biaya bahan baku sebesar Rp 1.205.283.870.000, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 91.802.844.000, dan biaya overhead pabrik sebesar Rp 294.304.122.000. Pada tahun 2020 mengeluarkan biaya bahan baku sebesar Rp 1.123.847.102.000, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 87.730.025.000, dan biaya overhead pabrik sebesar Rp 343.493.990.000.

Dalam kasus ini, karena PT. Toba Pulp Lestari, Tbk belum menerapkan metode *target costing* maka peneliti ingin menerapkan metode *target costing* pada PT. Toba Pulp Lestari, Tbk untuk meminimalisir biaya produksi yang diprediksikan dapat menjadi metode yang tepat untuk membantu mengatasi masalah dalam pemaksimalan laba yang sedang dialami oleh PT. Toba Pulp Lestari, Tbk Porsea, yang dimana PT. Toba Pulp Lestari, Tbk pada dua tahun ini mengalami kerugian usaha yang sangat pesat. Pada tahun 2019 rugi usaha sebesar

Rp 174.080.046.000, dan tahun 2020 Rp 87.526.171.000. Dalam penggunaan metode *target costing* akan ditekankan untuk meminimalisir atau mengurangi biaya produksi pada tahap perencanaan dan desain produk. Melalui *target costing* dapat diketahui berapa besar selisih biaya yang dianggarkan dengan biaya yang terjadi yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai keuntungan. Metode apapun yang digunakan, biaya selalu memegang peranan yang penting untuk memperhitungkan dan memiliki pengaruh yang besar terhadap penjualan suatu produk, dan sangat berkaitan dengan *target costing* yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dalam menjalankan operasi perusahaan tidak pernah terlepas dari masalah yang menjadi faktor penghambat/penghalang kegiatan yang dapat dilakukan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan. Permasalahan yang dihadapi oleh setiap perusahaan pun berbeda dan tergantung pada bentuk dan jenis perusahaan yang dijalankan.

Sugiyono mengemukakan:

**Masalah dapat diartikan sebagai penyimpangan antara yang seharusnya dengan apa yang benar-benar terjadi, antara teori dengan praktek, antara aturan dengan pelaksanaan, antara rencana dengan pelaksanaan<sup>2</sup>**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti membuat perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Apakah

---

<sup>2</sup> Sugiyono, **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D**: Alfabeta, Bandung, 2018, hal. 32

perhitungan biaya dengan penerapan metode *target costing* dapat mengurangi biaya produksi perusahaan pada PT. Toba Pulp Lestari, Tbk Porsea?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Menurut Elvis F. Purba dan Parulian Simanjuntak: **“Tujuan penelitian adalah memperoleh gambaran yang sebenarnya tentang suatu gejala, peristiwa atau kenyataan.”**<sup>3</sup>

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk: Untuk mengetahui perhitungan biaya dengan menerapkan metode *target costing* dapat mengurangi biaya produksi atau tidak pada PT. Toba Pulp Lestari, Tbk Porsea.

### 1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, peneliti berharap agar hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan yaitu:

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan dalam pengembangan ilmu dan pengetahuan mata kuliah akuntansi biaya dan akuntansi manajemen lanjutan khususnya mengenai *target costing* dalam upaya pengurangan biaya produksi perusahaan.

---

<sup>3</sup> Elvis F. Purba dan Parulian Simanjuntak, **Metode Penelitian**, Edisi Pertama, Cetakan Pertama: Percetakan Sadia, Medan, 2011, hal. 11

- b. Memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menerapkan teori-teori yang sudah dipelajari diperkuliahan, hingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai *target costing*.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat penelitian ini sebagai berikut:

### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dalam pemecahan suatu masalah tentang upaya pengurangan biaya produksi perusahaan melalui *target costing*.

### b. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi tolak ukur dan menjadi bahan masukan bagi PT. Toba Pulp Lestari, Tbk Porsea dalam upaya pengurangan biaya produksi perusahaan.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan informasi yang dapat digunakan untuk bahan referensi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini, dan menambah pengetahuan bagi yang berminat di masa yang akan datang.

## BAB II LANDASAN

### TEORI

#### 2.1 Konsep Target Costing

*Target costing* (target biaya) merupakan suatu proses manajemen biaya dan perencanaan keuntungan yang dilakukan secara sistematis. Metode *target costing* menetapkan biaya-biaya untuk membantu masing-masing fungsi dalam merencanakan dan merancang konsep yang tepat agar produk tersebut dapat diterima konsumen dengan baik (kualitas dan harga), sehingga perusahaan akan memperoleh laba yang diinginkan.

*Target costing* adalah metode penentuan biaya berdasarkan perencanaan harga pasar dan laba yang diinginkan dari suatu produk, kemudian setelah itu dilakukan desain dan proses produksi untuk mencapai tujuan perbaikan usaha pada pengurangan biaya manufaktur produk. Penentuan biaya menggunakan *target costing* didasari oleh harga pasar dan laba yang diinginkan, dalam penerapan metode ini perusahaan tidak melihat biaya yang sebenarnya dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk karena pada *target costing* biaya ditentukan sebelum terjadinya desain dan proses produksi. Jika *target costing* di bawah cost produk yang sekarang dapat dicapai, maka manajemen harus merencanakan program pengurangan biaya untuk melakukan penurunan biaya yang sekarang dikomsumsi 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.

Rudianto mengemukakan:

***Target Costing* atau target biaya adalah metode penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar yang kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan<sup>4</sup>**

Ada 3 metode yang digunakan untuk pengurangan biaya dalam *target costing*, yaitu:

1. Rekayasa berlawanan (*Reverse Engineering*)

Membedah produk pesaing untuk mencari lebih banyak keistimewaan rancangan yang membuat penurunan biaya.

2. Analisis nilai (*Process Analysis*)

Berusaha menaksir nilai yang ditempatkan pada berbagai fungsi produk oleh pelanggan. Misalnya suatu harga yang ingin dibayar oleh pelanggan untuk suatu fungsi khusus lebih kecil daripada biayanya, maka fungsi tersebut mungkin akan dihapus.

3. Perbaikan proses (*Process Improvement*)

Digunakan untuk mengidentifikasi aktivitas yang bernilai tambah dan aktivitas yang tidak bernilai tambah. Pengurangan biaya dapat dilakukan dengan mengeliminasi aktivitas yang tidak bernilai tambah.

---

<sup>4</sup> Rudianto, **Akuntansi Manajemen**: Penerbit Erlangga, Jakarta, 2013, hal. 148



### 2.1.1 Tujuan dan Kendala Target Costing

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, *target costing* mempunyai 2 tujuan yaitu:<sup>5</sup>

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

Kendala yang sering terjadi dalam penerapan *target costing* adalah sebagai berikut:<sup>6</sup>

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

### 2.1.2 Karakteristik dan Prinsip-Prinsip Dasar Target Costing

Target biaya atau *target costing* adalah metode penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dulu menentukan biaya produksi yang harus

---

<sup>5</sup> Febriana Martina Longdong: **Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Pada CV. Sinar Mandiri**, Jurnal *Emba*, Vol. 4 No.1: Universitas Sam Ratulangi, Manado, 2016, Hal. 1412

<sup>6</sup> Tertius Clara Caroline dan Heince R.N. Wokas. **Analisis Penerapan Target Costing dan Activity-Based Costing Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pengendalian Biaya Produksi Pada UD. Bogor Bakery**, Jurnal *Emba*, Vol. 4 No.1: Universitas Sam Ratulangi Manado, 2016, Hal. 597

dikeluarkan berdasarkan harga pasar yang kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan. Beberapa karakteristik *target costing* yaitu:

1. ***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.**
2. ***Target costing* merupakan perencanaan biaya yang berujung pada pengurangan biaya, bukan pengendalian biaya**
3. ***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 terus menerus dan bersifat massal.**
4. ***Target costing* digunakan untuk pengendalian spesifikas desain dan teknik produksi. Oleh karena itu, target costing lebih banyak berorientasi pada manajemen dan teknik dibandingkan dengan akuntansi.<sup>7</sup>**

Menurut Ardin Doloksaribu dalam penerapan *target costing* ada enam prinsip dasar yang harus dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. **Biaya mengikuti harga**  
Harga pasar suatu produk digunakan untuk menentukan target biaya yang terjadi atau biaya yang akan dikurangi,
2. **Fokus pada konsumen (*Customer focus*)**  
Konsumen tentu menginginkan suatu produk yang bermutu tinggi, dengan harga yang murah dan waktu pengiriman yang cepat.
3. **Fokus pada Desain (*Design Focus*)**  
Pengendalian biaya ditekankan pada tahap desain proses dan produk
4. **Melibatkan berbagai fungsi atau bidang (*Cross Functional Teams*)**  
Suatu tim yang terdiri dari berbagai fungsi atau bidang perlu dilibatkan dalam membuat suatu produk.
5. **Keterlibatan rantai nilai (*Value Chain*)**  
Semua pihak yang terlibat dalam rantai nilai seperti: Supplier, distributor, penyedia jasa, dan konsumen harus dilibatkan dalam proses target costing.
6. **Melakukan Orientasi terhadap siklus hidup produk (*Product Lifecycle*)**  
Perusahaan sebaiknya memikirkan keberlangsungan produk dalam jangka Panjang, dengan memperhatikan kelima prinsip tersebut.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Rudianto, **Op. Cit.**,hal.148

<sup>8</sup> Ardin Doloksaribu, **Akuntansi Manajemen Lanjutan (Advanced Management Accounting)**, Edisi Keempat. Medan: LPPM UHN PRESS, 2020, hal. 123

Wijaksono mengungkapkan 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 price) 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 digunakan yaitu:

- 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 margin 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 akan kualitas, biaya dan fungsi (*functionality*) 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 (alias harga jual dari sisi pandang pengusaha)

### 3. Fokus Pada Desain Produk dan Desain Proses

Pengendalian biaya ditentukan pada tahapan desain produk dan tahapan desain proses produksi. Dengan demikian setiap perubahan atau rekayasa harus dilakukan sebelum proses produksi dengan tujuan menekan biaya dan mengurangi waktu terutama bagi produk baru.

### 4. *Cross Functional Team*

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

### 5. Melibatkan Rantai Nilai

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

### 6. Orientasi Daur Hidup Produk

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

## **2.1.3 Tahap dan Pengimplementasian Pelaksanaan *Target Costing***

Dalam proses pelaksanaan *target costing* secara luas dibagi atas 5 tahap yaitu:

#### 1. Perencanaan perusahaan

Perencanaan perusahaan dimulai dengan melakukan penelitian pasar untuk mengetahui keinginan kebutuhan pelanggan, harga pasar yang berlaku, dan volume produksi diinginkan. Apabila perusahaan telah menentukan kebutuhan atau preferensi pelanggan dan harga pasar yang

diinginkan berdasarkan hasil penelitian pasarnya, manajemen mulai menyusun laba jangka panjang dan menengah untuk perusahaan secara keseluruhan dan menentukan target laba secara menyeluruh untuk periode yang terperinci bagi setiap produk.

2. Pengembangan produk baru tertentu

Pada tahap ini departemen perencanaan memberi informasi kepada departemen perencanaan perekayasaan tentang jenis produk baru yang ingin dikembangkan dan isi perubahan model rancangan yang didasarkan atas riset pasar.

3. Penentuan rencana pasar untuk produk baru tertentu

Pada tahap ini, manajer produk menentukan rancangan rencana produk dasar dan departemen manajemen biaya menaksir biaya dan menyelidiki kemampuan mencapai laba yang ditargetkan. *Allowance cost* diperoleh sebagai hasil dari pengurangan harga jual yang telah ditargetkan oleh divisi pemasaran dengan laba yang telah ditargetkan

$$\text{Target Selling Price} - \text{Target Profit} = \text{Allowable Cost}$$

*Allowance cost* inilah yang akan diusahakan untuk dicapai dan dijadikan pedoman menentukan *target costing*. *Drifting cost* dihitung sebagai biaya yang diestimasi berdasarkan biaya produk sedang berjalan. Manajer produk meminta setiap departemen untuk menelaah barang-barang yang diperlukan, proses pengolahan, dan menaksir biaya. *Allowable cost* merupakan biaya yang sangat ingin dicapai oleh manajemen puncak. Pencapaiannya memerlukan usaha – usaha

keras dan tidak dapat dicapai dengan segera. Di pihak lain, *drifting cost* hanya suatu biaya yang diestimasi dan tidak mempunyai target. Untuk itu, diperlukan penentuan target cost yang dapat dicapai dengan memotivasi karyawan agar berusaha untuk mencapai *allowable cost*. Dalam hal ini, perlu diadakan penelitian faktor – faktor motivasional untuk mempengaruhi perilaku karyawan.

#### 4. Rancangan produk

Pada tahap ini, departemen rancangan menyusun *draft blue print* percobaan untuk sekumpulan *target cost* untuk setiap komponen. Kegiatan ini memerlukan informasi dari setiap departemen. Departemen rancangan juga membuat produk percobaan yang sesungguhnya sesuai dengan *blueprint* kemudian manajemen biaya menaksir biaya produk tersebut. Setelah memeriksa *drifting cost* diusahakan dikurangi menuju *target cost*. Jika ada kesenjangan antara *drifting cost* dan *target cost*, *value engineering* (VE) mulai diterapkan. Pelaksanaan VE memerlukan kerja sama yang baik dari setiap departemen. VE dilaksanakan oleh suatu tim yang terdiri dari manajer pemasaran, pendesainan produk, insinyur pabrik, dan pengawas produksi.

#### 5. Rencana pemindahan produk

Setelah produk baru yang akan diproduksi ditentukann, kondisi peralatan mulai diperiksa dan departemen biaya menaksir biaya *blueprint*. Departemen perekayasaan produksi menyusun standar nilai

bahan yang dikonsumsi, biaya tenaga kerja langsung, dan sebagainya.

Standar nilai digunakan sebagai dasar data dalam menghitung biaya dan untuk perencanaan kebutuhan bahan.

Menurut Rudianto, untuk mengimplementasikan metode *target costing* dalam perusahaan, terdapat serangkaian fase yang harus dilalui oleh perusahaan, yaitu:

**1. Menentukan Harga Jual yang Kompetitif**

Untuk menentukan harga produk, terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan oleh manajemen seperti harga pokok pesaing, daya beli masyarakat, kondisi perekonomian secara umum, nilai tukar rupiah, dan sebagainya.

**2. Menentukan Laba yang Diharapkan**

Penentuan harga jual per unit produk ini dipengaruhi oleh berbagai hal terkait, seperti pangsa pasar (*market share*) yang ingin diperoleh, tingkat pertumbuhan yang ingin dicapai perusahaan, volume penjualan yang direncanakan, dan sebagainya.

**3. Menetapkan Target Biaya**

Berdasarkan harga jual yang telah ditentukan dikurangi dengan laba per unit produk yang diharapkan, perusahaan dapat menentukan tingkat biaya yang diharapkan untuk menghasilkan produk yang diinginkan.

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

**4. Melakukan Rekayasa Nilai**

Rekayasa nilai adalah semua upaya yang dianggap perlu untuk memodifikasi produk perusahaan dengan biaya yang lebih rendah yang tetap disertai upaya memberikan nilai (*value*) yang optimal kepada pelanggan.

Rekayasa nilai (*value*) digunakan dalam *target costing* untuk menurunkan biaya produk dengan cara menganalisis *trade-off* antara:

- 1) Jenis dan tingkat yang berbeda dalam fungsionalitas produk
- 2) Biaya produk total

**5. Menggunakan Kaizen Costing dan Pengendalian Operasi**

*Kaizen costing* berarti metode perhitungan biaya dimana secara terus menerus berupaya mencari cara baru untuk menurunkan biaya dalam proses pembuatan produk dengan desain dan fungsionalitas yang ada.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Rudianto, Op. Cit., hal. 148

Menurut Blocher, Chen dan Lin ada lima tahap pengimplementasian pendekatan menggunakan *target costing* terjemahan tim penerjemah penerbit salemba adalah: <sup>10</sup>

1. Menentukan harga pasar
2. Menentukan laba yang diharapkan
3. Menghitung target biaya (target costing)

$$\text{Target Cost} = \text{Harga pasar} - \text{Laba yang diharapkan}$$

4. Menggunakan rekayasa nilai (value engineering) untuk menentukan cara menurunkan biaya produk
5. Menggunakan perhitungan biaya kaizen dan pengendalian operasional untuk terus menurunkan biaya

## 2.2 Biaya

Biaya merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi laba. Bagi perusahaan manufaktur perencanaan biaya harus lebih strategis karena merupakan dasar untuk menentukan harga jual produk yang diterapkan oleh perusahaan. Menurut Mulyadi biaya dalam arti luas adalah: **“Pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”**<sup>11</sup>

Menurut Ardin Doloksaribu: **“Biaya yaitu kas dan setara kas yang dikorbankan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang**

---

<sup>10</sup> Febriana Martina Longdong: **Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Pada CV. Sinar Mandiri**, Jurnal *Emba*, Vol. 4 No.1: Universitas Sam Ratulangi, Manado, 2016, Hal. 1412

<sup>11</sup> Mulyadi, **Akuntansi Biaya**, Edisi Kelima: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta, 2014, hal. 8



**diharapkan akan memperoleh manfaat atau keuntungan di masa mendatang.’’<sup>12</sup>**

Menurut Bastian Bustami & Nurlela: **“Biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.”<sup>13</sup>**

Sedangkan Mangasa Sinurat dkk, mengemukakan:

**Biaya adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan keuntungan/bermanfaat pada saat ini atau masa yang akan datang<sup>14</sup>**

Dari beberapa pengertian menurut para ahli diatas penulis menyimpulkan bahwa biaya merupakan pengeluaran kas yang terjadi untuk semua biaya yang berhubungan dengan proses produksi untuk menghasilkan barang jadi atau pengolahan bahan baku menjadi jadi.

Mulyadi mengemukakan ada 4 unsur pokok dalam defenisi biaya yaitu:

- a. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi**
- b. Diukur dalam satuan uang**
- c. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi,**
- d. Pengorbanan tersebut untuk suatu tujuan<sup>15</sup>**

---

<sup>12</sup> Ardin Doloksaribu, **Op. Cit.**,hal. 5

<sup>13</sup> Bastian Bustami dan Nurlela, **Akuntansi Biaya**, Edisi 4: Mitra Wacana Media, Jakarta 2013, hal. 7

<sup>14</sup> Mangasa Sinurat,dkk., **Akuntansi Biaya**, Edisi Ketiga, Edisi Pertama: UHN, Medan, 2016, hal. 11

<sup>15</sup> Mulyadi, **Op.Cit.**,hal.8

### 2.2.1 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya merupakan hal yang sangat penting untuk menyampaikan dan menyajikan data biaya agar berguna bagi manajemen dalam mencapai berbagai tujuan. Untuk tujuan menghitung biaya produk dan jasa.

Bastian Bustami dan Nurlela mengemukakan:

**Klasifikasi biaya atau penggolongan biaya adalah suatu proses pengelompokan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting.<sup>16</sup>**

a. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Menurut Mulyadi, dalam perusahaan manufaktur ada 3 fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok yaitu:

**1) Biaya Produksi**

**Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*).**

**2) Biaya Pemasaran**

**Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.**

**3) Biaya administrasi dan umum**

**Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.<sup>17</sup>**

b. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

---

<sup>16</sup> Bastian Bustami dan Nurlela, **Op.Cit.**,hal. 12

<sup>17</sup> Mulyadi, **Op.Cit.**,hal.13

Menurut Mulyadi sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi 2 golongan yaitu:

**1) Biaya langsung (*Direct Cost*)**

**Biaya langsung 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. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai**

**2) Biaya tidak langsung**

**Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik (*factory overhead costs*).<sup>18</sup>**

- c. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas

Menurut Mulyadi Biaya dalam hubungan dengan volume biaya atau perilaku biaya dapat dikelompokkan menjadi:

**1) Biaya variabel**

**Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan**

**2) Biaya semivariabel**

**Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.**

**3) Biaya semifixed**

**Biaya semifixed adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu**

**4) Biaya tetap**

**Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu.<sup>19</sup>**

- d. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Periode Waktu

---

<sup>18</sup> **Ibid**, hal. 14

<sup>19</sup> **Ibid**, hal. 15

Mangasa Sinurat dkk mengemukakan ada 2 klasifikasi biaya berdasarkan periode waktu, yaitu:

**1) Biaya pengeluaran modal**

**Biaya pengeluaran modal adalah biaya yang dikeluarkan untuk memberikan manfaat di masa depan dalam rangka waktu yang Panjang dan dilaporkan sebagai aktiva.**

**2) Biaya Pengeluaran Pendapatan**

**Biaya pengeluaran pendapatan adalah biaya yang memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban.<sup>20</sup>**

### 2.2.2 Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang berhubungan dengan proses produksi dan harus dikeluarkan untuk mengolah dan membuat bahan baku menjadi produk jadi dan siap untuk dipasarkan dan biaya produksi sangat berpengaruh dalam penentuan harga jual suatu produk.

a. Biaya Bahan Baku

Dalam perusahaan manufaktur, bahan (material) dibedakan menjadi bahan baku dan bahan penolong. Bahan baku (direct material) merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi. Bahan ini dapat diidentifikasi dengan produk atau pesanan tertentu dengan nilainya yang relative yang besar.

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela: **“Biaya bahan baku langsung adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.”<sup>21</sup>**

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela: **“Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengonversi bahan baku**

---

<sup>20</sup> Mangasa Sinurat, dkk., **Op.Cit.**, 18

<sup>21</sup> Bastian Bustami dan Nurlela, **Op.Cit.**,hal.12

**menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.”<sup>22</sup>**

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membayar setiap tenaga kerja untuk melakukan kegiatan produksi bahan baku menjadi barang jadi atau setengah jadi, yang dapat secara langsung ditelusuri kepada produk yang dihasilkan.

#### c. Biaya Overhead Pabrik

Bastian Bustami dan Nurlela mengemukakan:

**Biaya overhead pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai. Biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.<sup>23</sup>**

Pada umumnya biaya *overhead* pabrik didefinisikan sebagai biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan semua biaya-biaya produksi yang lain yang tidak dapat dengan mudah diidentifikasi ataupun dibebankan secara langsung pada pesanan tertentu atau produk tertentu.

Bastian Bustami dan Nurlela mengemukakan biaya overhead dapat dikelompokkan menjadi elemen:

- 1) **Bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong)**  
**Bahan tidak langsung adalah bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk tetapi pemakaiannya relatif lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.**
- 2) **Tenaga kerja tidak langsung**

---

<sup>22</sup> Loc. Cit

<sup>23</sup> Loc. Cit

**Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.**

**3) Biaya tidak langsung lainnya**

**Biaya tidak langsung lain adalah biaya selain bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai<sup>24</sup>**

### **2.2.3 Sistem/Metode Tradisional**

Metode tradisional merupakan metode perhitungan biaya dimana perhitungan biaya hanya didasarkan atas pembebanan biaya sesuai dengan perubahan unit atau volume produk yang di produksi. Sistem tradisional biaya produk terdiri dari 3 elemen, yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung merupakan biaya langsung sehingga tidak menimbulkan masalah pembebanan pada produk pembebanan biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung dapat dilakukan secara akurat. Namun, biaya *overhead* pabrik menimbulkan masalah karena biaya *overhead* pabrik tidak dapat diobservasikan secara fisik. Oleh karena itu, pembebanan biaya *overhead* harus berdasarkan pada penelusuran driver dan alokasi. Dalam sistem tradisional hanya menggunakan driver aktivitas berlevel unit adalah faktor-faktor yang menyebabkan perubahan biaya sesuai dengan perubahan unit produk yang di produksi.

#### **2.2.3.1 Kelebihan Sistem Tradisional**

Kelebihan dari penerapan sistem tradisional dalam suatu perusahaan adalah sebagai berikut:

---

<sup>24</sup> **Ibid**, hal. 13

1. Mudah diaudit, karena jumlah *cost driver* tidak terlalu banyak sehingga memudahkan auditor melakukan audit.
2. Mudah diterapkan karena tidak banyak memakai *cost driver* dalam pengalokasian biaya overhead pabrik, sehingga memudahkan manajer melakukan perhitungan.

#### **2.2.3.2 Kelemahan Sistem Tradisional**

Kelemahan dari penerapan sistem tradisional dalam suatu perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Sistem tradisional terlalu menekankan pada tujuan penentuan harga pokok persediaan dan harga pokok produk yang dijual, akibatnya sistem ini hanya menyediakan informasi yang relatif sedikit untuk mencapai perusahaan dalam persaingan global.
2. Pembebanan biaya *overhead* pabrik terlalu memusat pada distribusi dan alokasi biaya *overhead* pabrik daripada berusaha untuk mengurangi pemborosan dengan menghilangkan aktivitas yang tidak bernilai tambah.
3. Sistem tradisional tidak mencerminkan sebab akibat biaya karena hanya mengakui volume produk dan jam kerja yang menjadi faktor timbulnya biaya.
4. Mengakibatkan timbulnya distorsi biaya
5. Sistem tradisional mengakibatkan manajemen cenderung meningkatkan volume produksi dalam rangka menekan biaya per unit.

6. Sistem tradisional menggolongkan suatu perusahaan ke dalam pusat-pusat pertanggungjawaban yang kaku dan terlalu menekan kinerja jangka pendek
7. Sistem tradisional menitik beratkan pada perhitungan selisih biaya sel-sel tertentu dengan menggunakan standar.
8. Sistem tradisional kurang menekankan pentingnya siklus hidup produk.
9. Tidak memperdulikan biaya pemasaran, akuntansi biaya dalam sistem tradisional ini hanya sedikit memperdulikan biaya pemasaran, sehingga manajemen tidak memperoleh informasi biaya yang memungkinkan bagi manajemen untuk menganalisis profitabilitas saluran distribusi, metode pemasaran, jumlah order, dan sebagainya.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Perusahaan Pada PT. Toba Pulp Lestari, Tbk Porsea. Perusahaan ini bergerak di bidang manufaktur, perusahaan ini berlokasi di Desa Sosor Ladang, kecamatan Pangombusan, kabupaten Toba Samosir.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang bisa diangkakan.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan data yang berhubungan dengan perusahaan sebagai data penelitian yang penulis lakukan. Adapun sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Menurut Elvis F. Purba dan Parulian Simanjuntak: **“Data sekunder adalah data yang telah ada atau dikumpulkan oleh orang atau instansi lain dan siap digunakan oleh orang ketiga.”**<sup>25</sup> Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari perusahaan PT. Toba Pulp Lestari, Tbk dalam bentuk laporan keuangan, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, harga jual, target laba yang

---

<sup>25</sup> Loc. Cit

diharapkan, struktur organisasi dari perusahaan dan profil perusahaan yang diperoleh dari bagian Akuntansi PT. Toba Pulp Lestari, Tbk Porsea.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Penelitian kepustakaan, yaitu dengan mengumpulkan dan mempelajari informasi-informasi dengan cara mengkaji dan menelaah sumber bacaan yang relevan, sumber internet, artikel, serta jurnal-jurnal yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini.
2. Penelitian lapangan, dimana peneliti mengamati dan berpartisipasi secara langsung pada objek yang diteliti. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Penerapan target costing dalam upaya pengurangan biaya produksi perusahaan Pada PT. Toba Pulp Lestari, Tbk Porsea. Adapun metode penelitian lapangan yang dilakukan yaitu:  
Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan dan penyalinan atas data-data dari perusahaan dalam bentuk yang sudah jadi dari dokumen-dokumen perusahaan yang terkait dengan lingkup penelitian ini. Dokumen yang dikumpulkan peneliti berupa laporan keuangan, biaya produksi, harga jual pulp dan laba yang diharapkan. Sumber dokumen peneliti diperoleh dari Bagian Akuntansi PT. Toba Pulp Lestari, Tbk Porsea.

### 3.5 Metode Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti untuk menyelesaikan setiap masalah dalam penelitian ini adalah metode deskriptif memakai target costing, yaitu metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data yang diperoleh, sehingga masalah yang dihadapi dalam penelitian ini dapat diatasi dengan data yang diperoleh tersebut, karena data tersebut dapat memberi gambaran yang jelas mengenai masalah yang ada.

Teknik analisis data yang digunakan dalam menerapkan target costing terdiri atas 5 langkah. **Menurut Blocher, Chen dan Lin, berikut langkah-langkah yang digunakan dalam pengimplementasian *target costing* terjemahan tim penerjemah penerbit salemba adalah:**<sup>26</sup>

1. Menentukan harga pasar
2. Menentukan laba yang diharapkan
3. Menghitung target biaya (target costing)

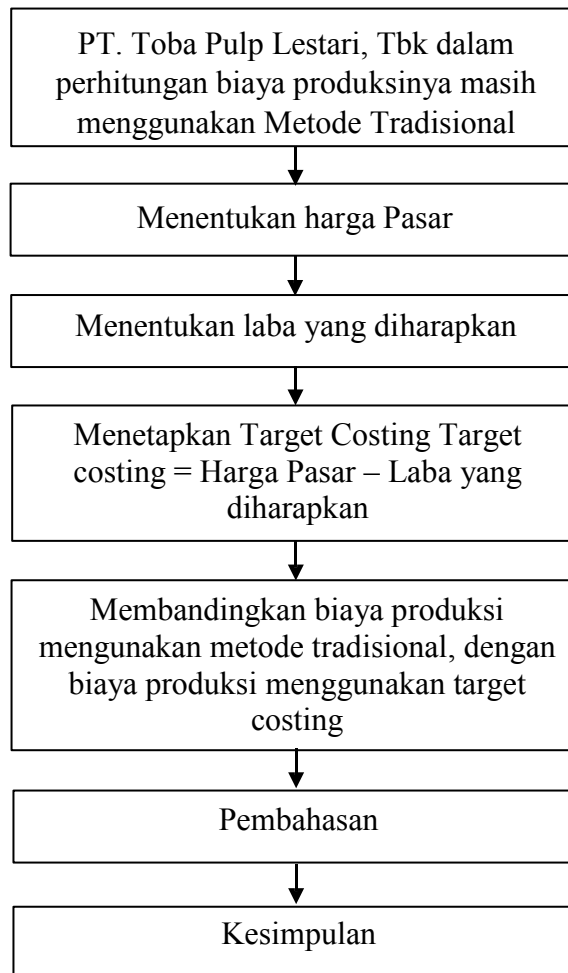
$$\text{Target Cost} = \text{Harga pasar} - \text{Laba yang diharapkan}$$

4. Menggunakan rekayasa nilai (value engineering) untuk menentukan cara menurunkan biaya produk
5. Menggunakan perhitungan biaya kaizen dan pengendalian operasional untuk terus menurunkan biaya

---

<sup>26</sup> Febriana Martina Longdong: **Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Pada CV. Sinar Mandiri, Jurnal Emba**, Vol. 4 No.1: Universitas Sam Ratulangi, Manado, 2016, Hal. 1412

Berikut langkah-langkah yang akan peneliti lakukan untuk menghitung biaya produksi PT. Toba Pulp Lestari, Tbk dengan menggunakan metode *target costing* sesuai dengan tujuan penelitian:



**Gambar 3. 1**  
**Langkah Kerja**