

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Laba atau keuntungan menjadi salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Laba yang diperoleh perusahaan digunakan untuk berbagai kepentingan, salah satunya untuk meningkatkan kesejahteraan perusahaan. Laba yang berkualitas dapat menentukan bagaimana kinerja dari suatu perusahaan dan juga akan mempengaruhi laba perusahaan tersebut dimasa mendatang. Jadi laba memegang peranan penting bagi sebuah perusahaan karena laba merupakan alat untuk mengukur keberhasilan dalam suatu usaha dan laba sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bagi pihak manajemen ataupun investor.

Tujuan yang ingin dicapai manajemen adalah mendapatkan laba yang tinggi karena hal ini berkaitan dengan bonus yang akan diperoleh manajemen, karena semakin tinggi laba yang diperoleh, maka akan semakin tinggi pula bonus yang akan diberikan oleh perusahaan kepada pihak manajemen sebagai pengelola secara langsung. Di lain pihak, informasi laba dapat membantu pemilik (*stakeholders*) dalam mengestimasi *earnings power* (kekuatan laba) untuk menaksir resiko dalam investasi dan kredit. Pentingnya informasi laba tersebut merupakan tanggung jawab dari pihak manajemen yang diukur kinerjanya dari pencapaian laba yang diperoleh.

Diperlukannya peningkatan laba dari perusahaan merupakan hal yang penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Kemampuan manajemen perusahaan dalam menetapkan kebijakan-kebijakan yang menyangkut kegiatan operasional perusahaan memegang peranan penting di dalam meningkatkan laba perusahaan. Di samping itu, peningkatan laba yang diperoleh merupakan gambaran meningkatnya kinerja dari perusahaan yang bersangkutan.

Namun di samping kondisi internal, peningkatan laba juga dipengaruhi oleh kondisi eksternal dari perusahaan, seperti tingkat inflasi dan pertumbuhan ekonomi. Dan seiring dengan semakin mengarahnya sistem perekonomian ke arah sistem pasar bebas menyebabkan semakin besarnya pengaruh kondisi eksternal terhadap kinerja perusahaan. Di samping itu, kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba yang diperoleh juga dipengaruhi oleh ukuran dari perusahaan tersebut. Dengan semakin besarnya ukuran perusahaan maka akan tersedia lebih banyak sumber daya yang dapat dimanfaatkan oleh manajer, sehingga dapat membantu perusahaan dalam memperoleh laba yang lebih besar.

Begitu juga untuk meningkatkan laba, diperlukan pengendalian biaya dalam perusahaan. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap perusahaan kontraktor dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Setiap perusahaan kontraktor akan memfokuskan kegiatannya pada pencarian laba. Saat ini semua perusahaan kontraktor sedang berlomba lomba untuk menghasilkan produk serta menawarkan jasa kontrak yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan kualitas yang terbaik dan harga yang bersaing. Biaya sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi laba merupakan unsur penting dalam menjamin kemenangan perusahaan dalam melakukan persaingan di pasar.

Bagi perusahaan jasa kontraktor, pengendalian biaya harus tersusun dengan baik, karena merupakan dasar untuk menentukan harga sewa produk/jasa yang dihasilkan perusahaan. Dimana harga sewa kontrak yang ditetapkan oleh suatu perusahaan diharapkan mampu bersaing di pasaran. Penentuan harga sewa kontrak yang dapat bersaing bukanlah hal yang mudah dilakukan. Harga jual yang terlalu tinggi dapat berakibat kalahnya perusahaan dalam persaingan, sedangkan harga jual yang terlalu rendah dapat mengakibatkan tidak tercapainya tujuan

perusahaan yaitu untuk memperoleh laba pada tingkat yang diinginkan. Tujuan yang utama adalah optimalisasi laba atau keuntungan.

Perusahaan kontraktor yang ingin berkembang dan bertahan hidup harus mampu menghasilkan produk serta penawaran kontrak yang tinggi dengan kualitas yang baik. Demi kelangsungan hidup perusahaan, maka perlu dilakukan pengendalian terhadap biaya-biaya yang akan dikeluarkan perusahaan dan mengurangi biaya-biaya yang tidak efektif dalam kegiatannya.

Oleh karena itu, dalam pengendalian biaya untuk peningkatan laba, diperlukan metode *target costing* di dalam suatu perusahaan. Adapun *target costing* untuk menyediakan informasi bagi manajemen sehingga memungkinkan manajemen memantau kemajuan yang dicapai dalam pengurangan biaya produk menuju *target cost* yang telah ditetapkan. Semakin baik penerapan *target costing* pada perusahaan kontraktor maka akan semakin baik pula pengendalian biaya dan tujuan perusahaan untuk meningkatkan laba dapat dicapai. Sehingga, ketika diadakan *tender*, maka suatu perusahaan kontraktor bisa memenangkannya dengan biaya yang mampu bersaing dengan perusahaan kontraktor lainnya. Adapun *tender* adalah penawaran suatu pekerjaan kepada perusahaan atau badan usaha lain yang berkompetensi untuk mengerjakannya guna mendapatkan satu badan usaha yang dianggap paling tepat untuk melaksanakan kontrak bisnis sebagai kontraktor. Salah satu metode *target costing* adalah menggunakan rekayasa nilai (*value engineering*). Adapun rekayasa nilai adalah metode yang memberikan suatu yang optimal bagi sejumlah biaya yang dikeluarkan, dengan memakai teknik sistematis untuk menganalisis dan mengendalikan total biaya operasional dengan mengurangi biaya yang tidak perlu dengan biaya terendah.

Tujuan dari suatu perusahaan pada umumnya adalah meningkatkan laba agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dalam kurun waktu yang tidak terbatas. Untuk

mencapai tujuan tersebut di tengah ketatnya persaingan usaha tidaklah mudah, di mana setiap pengusaha berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh konsumennya.

Hansen & Mowen (2006) menggambarkan peran target perhitungan biaya menjadi salah satu alat khusus yang berguna untuk mengurangi biaya. *Target costing* adalah perbedaan antara harga jual yang diperlukan untuk menangkap pangsa pasar yang telah ditentukan dan diinginkan keuntungan per unit perusahaan.

Dalam *target costing*, lebih ditekankan pengendalian biaya pada tahap awal, yaitu tahap desain produk dan proses. Pengendalian biaya pada tahap desain akan membuka kesempatan yang besar bagi perusahaan untuk meningkatkan *customer value* karena fitur dan harga produk adalah sesuai dengan keinginan konsumen. Biaya dari produk telah diperhitungkan sehingga produk dapat dibuat pada *target costing* yang telah ditetapkan. Perusahaan dapat meningkatkan *customer value* sejalan dengan pengendalian biaya, agar biaya untuk menghasilkan produk se-efisien mungkin serta tetap dapat mencapai tingkat laba yang ditargetkan. Mengingat begitu pentingnya *masalah target costing*, maka hal ini perlu diperhatikan oleh PT. Dian Sakti Sempana, dimana dalam menjalankan kegiatannya perlu menerapkan *target costing* dalam produksinya.

PT. Dian Sakti Sempana merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kontraktor mekanikal. PT. Dian Sakti Sempana ini resmi beroperasi pada tanggal 20 Oktober 1983 di kota Medan, Sumatera Utara yang bergerak dibidang *trading engineering* dan *contracting*, yang berarti sudah menjalankan bisnisnya selama 38 tahun. Untuk dapat bertahan dan unggul dalam bersaing maka PT. Dian Sakti Sempana harus dapat menghasilkan produk mekanikal dan memenangkan *tender* jasa kontraktor yang memiliki daya saing yang tinggi

dengan perusahaan kontraktor lain di lingkungan sekitarnya. Adapun pengamatan awal yang saya ketahui di perusahaan ini adalah cara menerapkan *target costing* di perusahaan.

Salah satu transaksi yang terjadi diperjanjian kontrak antara perusahaan PT. Dian Sakti Sempana diminta oleh perusahaan kliennya, Yayasan Syafiatul Ammaliyah untuk menyediakan 10 orang ahli mekanikal yang dimiliki oleh perusahaan PT. Dian Sakti Sempana untuk dikontrakkan dan ditugaskan. Adapun harga kontrak maksimum per orang yang ditetapkan sebesar Rp 100.000/orang. Laba operasional ditetapkan oleh perusahaan sebesar 60% dari harga kontrak. Sehingga total biaya maksimum dan biaya per orang maksimum adalah :

Biaya maksimum yang dapat ditolerir

***Target Costing* = Harga Pasar – Laba yang Diinginkan**

= (10 orang ahli mekanikal x Rp 100.000/orang) – (60% x Rp 100.000/orang)

= Rp 1.000.000 – Rp 60.000

*Target Costing* = Rp 940.000

Sehingga biaya kontrak maksimum per orang ahli mekanikal adalah,

*Target Costing* : jumlah orang ahli mekanik yang dikontrakkan

= Rp 940.000 : 10 orang ahli mekanik

Biaya kontrak maksimum = Rp 94.000/orang,

Dari hasil perhitungan di atas PT. Dian Sakti memiliki target biaya sebesar Rp 940.000, sedangkan harga kontrak maksimum per 10 orang ahli mekanikal sebesar Rp 1.000.000, maka ada keuntungan sebesar Rp 60.000 dalam perjanjian kontrak ini. Adapun faktor supaya target biaya dapat dicapai adalah, harga kontrak tenaga ahli yang ingin dikontrakkan harus sesuai dengan keinginan perusahaan klien, dimana harga kontrak mereka sesuai dengan hasil kerja mereka, maka ditetapkan target laba sebesar 60% oleh perusahaan klien. Sehingga, *target costing*

cocok digunakan dalam penelitian ini, sebab dalam pengendalian biaya, *target costing* dapat membuat suatu harga pasar yang optimum dapat dicapai dengan menetapkan biaya secara optimal. Untuk mencapai tingkat biaya yang diinginkan, maka perusahaan memerlukan penetapan target biaya operasional dengan cara menetapkan harga kontrak dimana perjanjian kontrak antara PT. Dian Sakti Sempana dengan perusahaan klien sepakat dalam hal harga dan target laba yang akan dicapai dan menggunakan anggaran yang fleksibel. Sehingga, bila biaya ditetapkan secara optimal, maka laba perusahaan akan semakin meningkat.

Adapun penelitian yang mendasari penelitian ini antara lain penelitian dari Amelia Rahmi (2017) tentang peranan *target costing* dalam pengendalian biaya produksi, “Analisis Penerapan *Target Costing* dalam Perencanaan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba pada UKM Hidup Baru Steel Tahun 2017”, mengungkapkan bahwa *target costing* berperan dalam pengendalian biaya, dengan diketahuinya *target cost* maka perusahaan mempunyai suatu acuan untuk memprediksi produk yang akan dipasarkan dan melakukan berbagai cara untuk mengefisienkan biaya jika biaya yang terjadi melebihi *target cost* tersebut. Amelia Rahmi (2017) menyebutkan bahwa *target costing* belum digunakan sebagai alat pengendalian biaya untuk mencapai laba yang ditargetkan. Hal ini diakibatkan karena perusahaan tidak menghitung *target cost* yang harus dicapai jika perusahaan ingin memperoleh target profit yang diinginkan ketika perusahaan menetapkan harga jual produknya.

Kemudian Vidya Esaririningsih (2017) dengan judul “Analisis *Target Costing* dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Pada Perusahaan Kecap Murni Jaya Kediri”, dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *target costing* akan berhasil jika pengawasan dan pengendalian terhadap biaya produksi dilakukan oleh semua tingkatan

manajemen perusahaan sehingga biaya produksi dapat ditekan dan secara otomatis maka laba yang diperoleh perusahaan akan meningkat.

Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Nurul Iksan Arifin (2016) yakni, “Analisis *Target Costing* dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Kotor pada Mandala Bakery”, dari hasil penelitiannya telah disimpulkan diatas disarankan pada pihak perusahaan dalam hal ini sebaiknya menggunakan metode *target costing* karena lebih efisien dari perhitungan biasa. Dengan metode *target costing* juga dapat memberikan keunggulan bagi perusahaan karena mampu menekan biaya produksi yang dikeluarkan pihak perusahaan tersebut. Selain itu, dengan menggunakan metode ini pihak perusahaan bisa mendapatkan laba kotor yang lebih banyak dibandingkan dengan perhitungan biasa saja.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka penulis tertarik dalam memilih judul skripsi ini :  
**Analisis Penerapan Target Costing Dalam Pengendalian Biaya Untuk Peningkatan Laba Pada PT. Dian Sakti Sempana Medan.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, berikut ini disajikan rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana penerapan *target costing* dalam pengendalian biaya untuk peningkatan laba ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

Untuk mengetahui penerapan metode *target costing* dalam pengendalian biaya digunakan untuk peningkatan laba pada PT. Dian Sakti Sempana Medan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bermanfaat untuk :

1. Bagi penulis, sebagai sarana mempraktekkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama kuliah di Universitas HKBP Nommensen Medan.
2. Bagi PT. Dian Sakti Sempana, hasil penelitian ini diharapkan mampu membantu perusahaan dalam menentukan menghitung biaya operasional dan laporan non produksi, sehingga perusahaan mampu mengendalikan biaya untuk peningkatan laba.
3. Bagi pembaca, sebagai sumber pengetahuan apakah penerapan *target costing* mampu mengendalikan biaya untuk peningkatan laba di perusahaan kontraktor.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Target Costing**



### 2.1.1 Pengertian *Target Costing*

*Target costing* (target biaya) adalah suatu metode penentuan biaya produk atau jasa berdasarkan harga (harga target) yang bersedia dibayarkan oleh pelanggan. Kebanyakan perusahaan Amerika Serikat, 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.**<sup>1</sup>

*Target costing* adalah suatu metode penetapan biaya maksimum yang dibolehkan untuk suatu produk baru dan kemudian mengembangkan suatu *prototype* yang dapat dibuat dan didistribusikan dengan harga sebesar nilai target biaya maksimum tersebut secara menguntungkan. **Dengan pengertian lain, *target costing* merupakan metode penetapan harga pokok barang atau jasa yang didasarkan pada estimasi harga maksimum yang dapat dibayar oleh pelanggan.**<sup>2</sup>

***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 :**<sup>3</sup>

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

---

<sup>1</sup> Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen, “Akuntansi Manajemen”, Ahli Bahasa : Dewi Fitriyani, Buku Dua, Edisi ke 7, (Salemba Empat:Jakarta, 2015), Hal. 358.

<sup>2</sup> L.M. Samryn, “Akuntansi Manajemen : Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi dan Investasi”, Buku Teks Umum, Edisi Pertama, (Kencana Prenada Media Group:Jakarta, 2012), Hal. 361.

<sup>3</sup> Tetius 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, Manado, 2016, Hal. 596.

**Berdasarkan beberapa teori yang sudah dijelaskan, dapat dilihat bahwa *target costing* mempunyai dua tujuan, yaitu :<sup>4</sup>**

- 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 yang mengalami *burnout* karena tuntutan target penyelesaian pekerjaan.
- c. Target waktu penyelesaian yang terpaksa ditambah.
- d. Sulitnya melakukan pengaturan atas berbagai faktor penentu keberhasilan *target 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.<sup>5</sup>**

### **2.1.2 Peran *Target Costing***

---

<sup>4</sup> Febriana Martina Longdong, "Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Pada CV. Sinar Mandiri", *Jurnal Emba*, Vol. 4, No. 1, Manado, 2016, Hal. 1356.

<sup>5</sup> Armanto Witjaksono, "Akuntansi Biaya", *Buku Pertama, Edisi Pertama*, (Graha Ilmu:Yogyakarta, 2006), Hal. 162.

Proses pembiayaan sangat penting bagi perusahaan. Dengan proses pembiayaan yang tepat dan akurat, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi. Disinilah peranan *target costing* dibutuhkan. Dengan *target costing* suatu perusahaan dapat menerapkan target profit/keuntungan yang diinginkan melalui *target pricing*. Melalui *target costing*, perusahaan diharapkan dapat mengurangi biaya dengan tetap memenuhi kepuasan pelanggan. Sudah jelas bahwa proses pembiayaan yang akurat harus diaplikasikan sehingga perusahaan dapat berkembang dan meningkatkan efisiensinya. Sehingga, harga target (*target pricing*) perusahaan dapat tercapai sesuai kemampuan perusahaan dengan menggunakan *target costing*.

### 2.1.3 Prinsip-prinsip Dasar *Target Costing*

Adapun prinsip metode *target costing* meliputi enam prinsip dasar. Proses penerapan *target costing* memiliki prinsip-prinsip sebagai berikut :<sup>6</sup>

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 costing* dengan rumus sebagai berikut :

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

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 fitur dan fungsi yang ditawarkan oleh produk harus lebih besar dari biaya perolehannya.

---

<sup>6</sup> Armanto Witjaksono, “Akuntansi Biaya”, Buku Pertama, Edisi Revisi, (Graha Ilmu:Yogyakarta, 2013), Hal. 159.

- c. Fokus pada desain produk dan desain proses

Pengendalian biaya dibebankan pada tahapan desain produk dan tahapan desain produksi. Dengan demikian setiap perusahaan harus dilakukan sebelum proses produksi, dengan tujuan menekan biaya dan mengurangi waktu “*time to market*” terutama bagi produk baru.

- d. *Cross Functional Team*

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 langsung 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.

#### **2.1.4 Tahap-tahap Pelaksanaan *Target Costing***

Perusahaan memerlukan tahap-tahap pelaksanaan *target costing*. Menurut Supriyono 2002, proses atau tahapan *target costing* secara luas dapat dibagi dalam lima tahap, yaitu:

1. Perencanaan perusahaan/korporasi

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

rencana laba jangka panjang dan menengah untuk perusahaan secara keseluruhan dan menentukan target laba secara menyeluruh untuk setiap periode yang terperinci bagi setiap produk.

## 2. Pengembangan proyek 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 model yang didasarkan atas riset pasar.

## 3. Penentuan rencana dasar 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. *Allowable cost* diperoleh sebagai hasil dari pengurangan harga jual yang telah ditargetkan oleh divisi pemasaran dengan laba yang telah ditargetkan. Rumusnya yakni :

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

*Allowable cost* inilah yang akan diusahakan untuk dicapai dan dijadikan pedoman menentukan *target cost*. *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 lain pihak, *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*.

#### 4. Rancangan produk

Pada tahap ini, departemen rancangan menyusun draft *blueprint* 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* dan komponen satu per satu, *drifting cost* diusahakan dikurangi menuju *target cost*. Jika ada kesenjangan antara *drifting cost* dan *target cost*, rekayasa nilai (*value engineering*) mulai diterapkan. Pelaksanaan rekayasa nilai memerlukan kerjasama yang baik dari setiap departemen. Rekayasa nilai dilaksanakan oleh suatu tim yang terdiri dari manajer pemasaran, pendesainan produk, insinyur pabrik, dan pengawas produksi. Adapun rekayasa nilai adalah metode yang memberikan suatu yang optimal bagi sejumlah biaya yang dikeluarkan, dengan memakai teknik sistematis untuk menganalisis dan mengendalikan total biaya operasional dengan mengurangi biaya yang tidak perlu dengan biaya terendah.

#### 5. Rencana pemindahan produk

Setelah produk baru yang akan diproduksi ditentukan, 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.

#### **2.1.5 Langkah-langkah dalam Proses Menggunakan *Target Costing***

Menurut Blocher, Chen dan Lin dalam Lucky, yakni, terdapat lima tahap dalam pengimplementasikan target costing, antara lain :

1. Menentukan harga pasar
2. Menentukan laba target yang diharapkan
3. Menghitung biaya target (*target costing*) dengan perhitungan yaitu :  
**harga pasar - laba yang diinginkan**
4. Menggunakan rekayasa nilai ( *Value Engineering* )
5. Menghitung *Drifting Cost* (biaya taksiran)

### **2.1.6 Kendala dalam Penerapan *Target Costing***

Penerapan *target costing* tidaklah mudah bagi suatu perusahaan. Adanya kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing*. Seperti pendapat Witjaksono dalam Henry, mengenai kendala kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing* kemungkinan terjadi akibat :

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

## **2.2 Biaya**

### **2.2.1 Pengertian Biaya**

Biaya adalah suatu pengorbanan yang harus dilakukan untuk melaksanakan suatu proses produksi yang dinyatakan dengan satuan uang sesuai harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi ataupun yang akan terjadi. Namun, beberapa lainnya juga mengatakan bahwa biaya adalah sebuah bentuk pengeluaran yang dilakukan oleh suatu pihak, baik itu individu maupun perusahaan untuk mendapatkan manfaat lebih dari tindakan tersebut.

Secara mudah dalam proses perdagangan atau sebuah transaksi, biaya merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan atau perorangan untuk membuat produk atau jasa. Itu semua menyangkut hal yang memiliki nilai seperti biaya produksi, biaya perawatan dan sebagainya. Karena itu, biaya ini akan dijadikan pertimbangan dalam menentukan harga jual produk tersebut.

### **2.2.2 Konsep Biaya Produksi**

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 suatu 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, contohnya biaya bunga untuk perusahaan industri manufaktur.<sup>7</sup>**

Adapun konsep biaya produksi merupakan jumlah semua kebutuhan dana yang diperlukan dalam proses menghasilkan barang maupun jasa yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga bahan baku hingga upah tenaga kerja.

### **2.2.3 Penggolongan Biaya**

**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 :<sup>8</sup>**

---

<sup>7</sup> Mursyidi, "Akuntansi Biaya", Buku Teks Umum, Edisi Pertama, (PT Refika Aditama:Bandung, 2010), Hal. 13.

<sup>8</sup> Mulyadi, "Akuntansi Biaya", Buku Teks Umum, Edisi ke 5, (UPP-STIM YKPN:Yogyakarta, 2015), Hal. 13-16.



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 :

- 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 peralatan, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-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 kegiatan 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 fotocopy.

c. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

Dalam penggolongannya biaya menurut 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.

#### 2.2.4 Pengendalian Biaya

Dalam menjalankan bisnis, suatu perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana strategi bisnis serta pemasarannya, perusahaan juga harus memikirkan bagaimana cara mengelola dan mengendalikan biaya-biaya. Biaya-biaya operasional perusahaan jika mengalami kebocoran, sekalipun kebocoran biaya tersebut kecil, maka perusahaan tersebut dalam kondisi kurang sehat walaupun dari sisi pendapatan terus meningkat.

Menurut Sondang.S.Giagian (1999:16) menyampaikan bahwa:

**“Pengendalian biaya merupakan suatu proses atau usaha yang sistematis dalam menetapkan standar pelaksanaan yang bertujuan untuk perencanaan, sistem informasi umpan balik, membandingkan pelaksanaan nyata dengan perencanaan, menentukan dan mengatur penyimpangan-penyimpangan serta melakukan koreksi perbaikan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, sehingga tujuan tercapai secara efektif dan efisien dalam penggunaan biaya.”**

Sementara, biaya itu sendiri adalah pengorbanan yang dapat diukur dengan satuan uang atas kepemilikan barang atau jasa untuk suatu tujuan tertentu dan jangka waktu atau masa manfaat dari pengorbanan tersebut. Pengorbanan yang menghasilkan manfaat dapat disebut sebagai biaya, sedangkan pengorbanan yang tidak menghasilkan manfaat dianggap sebagai pemborosan (kerugian) yang diderita oleh perusahaan.

Menurut Mulyadi, untuk melakukan pengendalian biaya di dalam perusahaan tergantung besar kecilnya perusahaan tersebut, dan telah berkembang melalui lima tahapan, yaitu :

##### 1. Pengendalian dengan pengawasan fisik.

Dalam perusahaan kecil, biasanya pimpinan sekaligus pemilik perusahaan, perencanaan dan pengendalian terhadap pelaksana rencana dilakukan secara langsung oleh pimpinan perusahaan. Pimpinan perusahaan memiliki kemampuan yang memadai untuk merencanakan dan mengendalikan kegiatannya.

**2. Pengendalian biaya dengan menggunakan akuntansi historis.**

Jika perusahaan berkembang, maka pimpinan perusahaan tidak lagi dapat mengamati secara fisik, tetapi memerlukan catatan historis untuk merencanakan dan mengendalikan kegiatannya dari periode ke periode. Untuk tingkat perkembangan tertentu pimpinan perusahaan cukup melakukan perencanaan dan pengendalian dengan membandingkan catatan dari tahun ke tahun.

**3. Pengendalian biaya dengan menggunakan anggaran statis dan biaya standar.**

Jika perusahaan semakin berkembang, pimpinan perusahaan tidak lagi menghadapi masalah bagaimana pelaksanaan kegiatan pada tahun berjalan dengan apa yang telah dilaksanakan pada tahun sebelumnya, tetapi bagaimana pelaksanaan pada tahun berjalan jika dibandingkan dengan yang seharusnya dilaksanakan pada tahun tersebut. Pada tingkat perkembangan ini, pimpinan memerlukan anggaran dan standar sebagai alat untuk merencanakan dan mengendalikan kegiatannya. Pimpinan perusahaan mulai memperbaiki sistem perencanaan dan pengendalian kegiatannya dengan membuat anggaran statis dan biaya yang sederhana.

**4. Pengendalian biaya dengan menggunakan anggaran fleksibel dengan biaya standar.**

Dalam kenyataannya, kapasitas yang direalisasikan seringkali menyimpang dari kapasitas yang direncanakan. Maka, cara perencanaan dan pengendalian kegiatan perusahaan kemudian diperbaiki dengan mengembangkan anggaran fleksibel dengan biaya standar.

Anggaran fleksibel disusun untuk berbagai tingkat kapasitas yang direncanakan, sehingga anggaran ini menyediakan tolak ukur prestasi yang mendekati kapasitas sesungguhnya yang dicapai.

#### **5. Pengendalian biaya dengan pembuatan pusat-pusat pertanggungjawaban dan penerapan sistem akuntansi pertanggungjawaban.**

Dalam perusahaan besar, kegiatannya telah dibagi menjadi pusat-pusat pertanggungjawaban. Perencanaan dan pengendalian kegiatan perusahaan dilaksanakan dengan mengembangkan anggaran untuk setiap pusat pertanggungjawaban. Manajer pusat pertanggungjawaban dinilai prestasinya dengan cara membandingkan anggaran yang disusun dengan realisasinya. Setiap manajer pusat pertanggung jawaban hanya dinilai berdasarkan hal-hal yang mereka kendalikan.

## **2.3 Laba**

### **2.3.1 Pengertian Laba**

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba. Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan biaya tersebut.

**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 pemegang saham semula.<sup>9</sup>**

---

<sup>9</sup> Suwardjono, “Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan”, Buku Teks Umum, Edisi ke 3, (BPFE:Yogyakarta, 2008), Hal. 464.

Menurut Harahap (2009), laba merupakan kelebihan penghasilan di atas biaya selama satu periode akuntansi. Sementara pengertian laba yang diamati oleh struktur akuntansi sekarang ini adalah selisih pengukuran pendapatan dan biaya. Menurut Warren, laba bersih atau keuntungan bersih yakni: (*net income atau net profit*) merupakan kelebihan pendapatan terhadap beban-beban yang terjadi.

Menurut Suwardjono (2008) pengertian laba adalah:

**“Laba dimaknai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan diatas biaya (biaya total yang melekat kegiatan produksi dan penyerahan barang atau jasa).”**

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa laba adalah perkiraan antara pendapatan dan beban-beban yang terjadi pada suatu periode tertentu dalam suatu perusahaan.

**Laba merupakan empat elemen utama yaitu pendapatan (*revenue*), beban (*expense*), keuntungan (*gain*), dan kerugian (*loss*).**<sup>10</sup> Menurut Stice, definisi dari elemen-elemen laba tersebut sebagai berikut :

1. Pendapatan (*revenue*) adalah arus masuk atau peningkatan lain dari aktiva suatu entitas atau pelunasan kewajibannya (atau kombinasi dari keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha pertama yang sedang dilakukan entitas tersebut.
2. Beban (*expense*) adalah arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau timbulnya kewajiban (atau kombinasi keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha pertama yang sedang dilakukan entitas tersebut.

---

<sup>10</sup> Stice et al, “**Financial Accounting Standard Board**”, **Buku Teks Umum, Edisi ke 15**, (Salemba Empat:Jakarta, 2009), Hal. 230.

3. Keuntungan (*gain*) adalah peningkatan dalam ekuitas atau (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi. Kejadian dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.
4. Kerugian (*loss*) adalah penurunan dalam ekuitas (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi. Kejadian dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.

**Adapun laba secara konseptual, memiliki karakteristik umum sebagai berikut : <sup>11</sup>**

- 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 diidentifikasi kemakmuran awal dan kemakmuran akhir.
- c. Perubahan dapat dinikmati, didistribusi, atau ditarik oleh entitas yang menguasai kemakmuran asalkan kemakmuran awal dipertahankan.

### **2.3.2 Target Laba**

Target Laba atau merupakan laba yang ingin dicapai dalam waktu yang sudah ditentukan sesuai target yang diinginkan perusahaan. Adapun pengertian laba target yang lainnya adalah sebuah target yang dibuat oleh sebuah perusahaan sehingga perusahaan akan berupaya keras untuk mencapai laba tersebut. Penerapannya pada dunia usaha adalah, semakin fokus pada target untuk mencapai laba maka akan lebih bersemangat untuk mencapainya.

---

<sup>11</sup> Ibid, hal 465

Adapun Target Laba menurut Sulastiningsih & Zulkifli (2006:288) adalah:

**“Untuk mewujudkan laba target ini perusahaan harus mampu menghasilkan *customer value*.” *Customer Value* ini dapat diwujudkan jika perusahaan mampu menciptakan proses bisnis internal yang berkualitas.**

Dalam rangka *balance-score card*, kinerja finansial atau *financial return* dapat tercapai, jika perusahaan mampu menghasilkan *customer value* atau menghasilkan produk yang mengandung nilai bagi customer. Adapun juga dikatakan Sulastiningsih & Zulkifli (2006:288) proses bisnis yang bebas dari kegagalan akan terwujud jika perusahaan mempunyai pegawai yang dapat dipekerjakan secara optimal.

### **2.3.3 Peningkatan Laba**

Peningkatan laba dari perusahaan merupakan hal yang penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Kemampuan manajemen perusahaan dalam menetapkan kebijakan-kebijakan yang menyangkut kegiatan operasional perusahaan memegang peranan penting di dalam meningkatkan laba perusahaan. Di samping itu, peningkatan laba yang diperoleh merupakan gambaran meningkatnya kinerja dari perusahaan yang bersangkutan. Namun di samping kondisi internal, peningkatan laba juga dipengaruhi oleh kondisi eksternal dari perusahaan, seperti tingkat inflasi dan pertumbuhan ekonomi.

Dan seiring dengan semakin mengarahnya sistem perekonomian ke arah sistem pasar bebas menyebabkan semakin besarnya pengaruh kondisi eksternal terhadap kinerja perusahaan. Di samping itu, kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba yang diperoleh juga dipengaruhi oleh ukuran dari perusahaan tersebut. Dengan semakin besarnya ukuran perusahaan maka akan tersedia lebih banyak sumber daya yang dapat dimanfaatkan oleh manajer, sehingga dapat membantu perusahaan dalam memperoleh laba yang lebih besar.



Laba merupakan salah satu pengukuran aktivitas operasi. Angka laba biasanya dilaporkan dalam laporan laba-rugi selama satu periode bersamaan dengan komponen lainnya seperti pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian.<sup>12</sup>

Perusahaan yang memiliki laba yang relatif stabil memungkinkan untuk memprediksi besarnya estimasi laba di masa yang akan datang dan perusahaan ini biasanya akan membayar persentase yang lebih tinggi dari labanya sebagai dividen di bandingkan perusahaan dengan laba berfluktuasi.<sup>13</sup>

#### 2.4 *Target Costing* dalam Pengendalian Biaya untuk Peningkatan Laba

*Target Costing* adalah menentukan harga pokok produk sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan oleh perusahaan. Adapun penerapan *target costing* digunakan perusahaan sebagai metode untuk mengendalikan biaya. Pengendalian biaya harus tersusun dengan baik, karena merupakan dasar untuk menentukan harga produk yang dihasilkan perusahaan. Dimana harga produk yang ditetapkan oleh suatu perusahaan diharapkan mampu bersaing di pasaran. Penentuan harga produk yang dapat bersaing bukanlah hal yang mudah dilakukan. Harga jual yang terlalu tinggi dapat berakibat kalahnya perusahaan dalam persaingan, sedangkan harga jual yang terlalu rendah dapat mengakibatkan tidak tercapainya tujuan perusahaan yaitu untuk memperoleh laba pada tingkat yang diinginkan. Tujuan yang utama adalah optimalisasi laba atau keuntungan. dengan biaya yang mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

Tujuan dari suatu perusahaan pada umumnya adalah meningkatkan laba agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dalam kurun waktu yang tidak terbatas. Jika biaya dapat dikendalikan, maka terjadi peningkatan laba di perusahaan tersebut peningkatan laba dari perusahaan merupakan hal yang penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Kemampuan manajemen perusahaan dalam menetapkan kebijakan-kebijakan yang

---

<sup>12</sup> Subramanyam, K.R. dan John J. Wild, “Analisis Laporan Keuangan”, Ahli Bahasa : Dewi Yanti, Buku Pertama, Edisi ke 10, (Salemba Empat:Jakarta, 2010), Hal. 200.

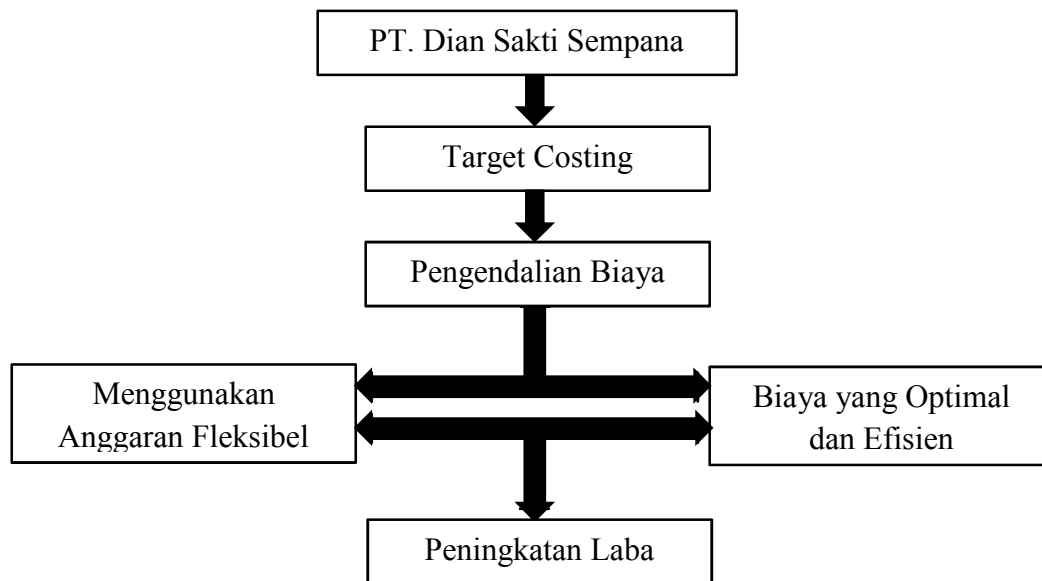
<sup>13</sup> Hery, “Rahasia Pembagian Deviden & Tata Kelola Perusahaan”, Buku Teks Umum, Edisi ke 2, (Gava Media:Yogyakarta, 2013), Hal. 15.

menyangkut kegiatan operasional perusahaan memegang peranan penting di dalam meningkatkan laba perusahaan. Di samping itu, peningkatan laba yang diperoleh merupakan gambaran meningkatnya kinerja dari perusahaan yang bersangkutan.

Oleh karena itu, dalam pengendalian biaya untuk peningkatan laba, diperlukan metode *target costing* di dalam suatu perusahaan. Adapun *target costing* untuk menyediakan informasi bagi manajemen sehingga memungkinkan manajemen memantau kemajuan yang dicapai dalam pengurangan biaya produk menuju *target cost* yang telah ditetapkan. Semakin baik penerapan *target costing* pada perusahaan kontraktor maka akan semakin baik pula pengendalian biaya dan tujuan perusahaan untuk meningkatkan laba dapat dicapai.

## **2.5 Kerangka Berpikir Teoritis**

Peneliti mengambil tempat untuk melakukan penelitian di PT. Dian Sakti Sempana Medan bertujuan untuk menerapkan metode *target costing* untuk meningkatkan laba. Langkah yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan mengetahui pengendalian biaya di perusahaan kontraktor. PT. Dian Sakti Sempana. Maka peneliti menerapkan metode *target costing* pada PT. Dian Sakti Sempana dengan menetapkan harga jual produk yang ingin disewa atau dikontrakkan, ditentukan menggunakan *target costing*, melakukan pengendalian biaya dengan menggunakan anggaran fleksibel dengan biaya standar sehingga dapat meningkatkan laba dalam produksi tersebut. Pada penelitian ini membahas terkait dengan penerapan *target costing* untuk peningkatan laba pada PT. Dian Sakti Sempana, kemudian 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 Kerangka Teoritis *Target Costing*

## 2.6 Pengembangan Hipotesis

### 1. Penerapan Metode Target Costing dalam pengendalian biaya untuk peningkatan laba.

Metode *target costing* menetapkan target biaya untuk membantu masing- masing fungsi dalam merencanakan dan merancang konsep yang tepat agar produk yang dihasilkan berhasil di pasar dan memperoleh laba yang diinginkan. Metode *target costing* merupakan salah satu metode yang digunakan sebagai pengendali biaya perusahaan sebab dalam pengendalian biaya, *target costing* dapat membuat suatu harga jual yang optimum dapat dicapai dengan menetapkan biaya secara optimal. Untuk mencapai tingkat biaya yang diinginkan, maka perusahaan memerlukan penetapan target biaya operasional dengan cara menetapkan harga kontrak dimana perjanjian kontrak antara PT. Dian Sakti Sempana dengan perusahaan klien sepakat dalam hal

harga dan target laba yang akan dicapai dan menggunakan anggaran yang fleksibel. Sehingga, bila biaya ditetapkan secara optimal, maka laba perusahaan akan semakin meningkat.

*Target costing* efektif diterapkan pada tahap perencanaan sehingga membantu manajemen dalam mengoptimalkan perencanaan laba. Metode *target costing*, dapat diterapkan pada produk yang akan dikontrakkan oleh PT. Dian Sakti Sempana dan juga dapat mengoptimalkan peningkatan laba (Himawan, 2009).

Berdasarkan uraian tersebut, maka dihipotesiskan :

**H1 : Penerapan *target costing* dalam pengendalian biaya dapat meningkatkan laba bagi perusahaan.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah studi kasus, peneliti mengamati objek yakni perusahaan kontraktor PT. Dian Sakti Sempana secara langsung dengan menggunakan berbagai sumber data.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Adapun cara untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada PT. Dian Sakti Sempana yang berlokasi di Jl. Sekip Baru No.47, Petisah Tengah, Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian dilakukan mulai dari bulan Juni 2021 sampai dengan selesai, dengan mengikuti protokol kesehatan selama melakukan penelitian ke perusahaan tersebut.

#### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

##### **1. Studi lapangan (*Field Research*)**

Studi lapangan atau biasa disebut riset adalah penelitian untuk mendapatkan data sekunder yang dilakukan dengan meninjau langsung di lokasi perusahaan dengan cara :

##### **a. Observasi (*Observation*)**

Observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan memahami pengetahuan berdasarkan pengetahuan dan gagasan sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Adapun observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara mengambil data sekunder secara langsung dari perusahaan.

Peneliti melihat bahwa perusahaan kontraktor PT. Dian Sakti Sempana menarik diobservasi sebab penerapan *target costing* jarang dicari khususnya perusahaan dibidang kontraktor. Adapun observasi yang dilakukan adalah melihat laporan biaya operasional PT. Dian Sakti Sempana.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah proses untuk memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara penulis dengan narasumber dari perusahaan seperti kepala bagian akuntansi, staf perusahaan, dan karyawan yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti. Adapun pihak yang akan diwawancarai oleh peneliti adalah pihak langsung yang memiliki posisi sebagai Manajer Akuntansi perusahaan serta Manajer Keselamatan Kerja (QC dan SO). QC merupakan Quality Control di mana bertanggungjawab dalam pengawasan barang yang diajukan serta SO adalah Safety Officer yang memiliki tugas untuk memastikan kegiatan kerja dalam kondisi aman sesuai prosedur kerja, dan tidak merugikan pekerja serta lingkungan kerja.

c. Dokumentasi (*Documentation*)

Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari struktur organisasi perusahaan, laporan biaya

perusahaan, catatan perusahaan seperti catatan hasil rapat mengenai laporan anggaran perusahaan PT. Dian Sakti Sempana.

## 2. Studi kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari literatur, bahan kuliah, buku seputar pengetahuan ekonomi dan bisnis dan sumber bacaan lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sebagai landasan teoritis, bahan kajian dan pembandingan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Adapun sumber yang menjadi bahan studi penelitian ini yakni buku akuntansi biaya dan buku akuntansi manajemen.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis, yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder sesuai dengan keadaan perusahaan yang diteliti untuk kemudian dianalisis, dan diproses lebih lanjut berdasarkan teori-teori yang telah dipelajari serta menyajikan data sehubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap objek yang diteliti.

Penelitian ini merupakan penelitian yang mengolah data secara kuantitatif atau berupa angka. Penelitian ini dilakukan dengan cara menerapkan metode *target costing*. Data sekunder yang dimaksud berupa :

1. Laporan Keuangan
2. Laporan Anggaran Biaya Operasional
3. Laporan BQ

4. Data pendukung lainnya.

Meskipun melihat kondisi pandemi dimasa sekarang ini, penelitian tetap berjalan dengan baik dengan mengumpulkan beberapa data-data perusahaan.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Menurut Supriyatna, bila menggunakan metode *target costing*, biaya yang seharusnya dipenuhi dapat dilihat dengan menggunakan rumus berikut ini :<sup>14</sup>

<i>Target Costing</i>	$TC_i = P_i - M_i$	yang diinginkan
-----------------------	--------------------	-----------------

Keterangan :

$TC_i$  = *Target Costing* (target biaya)

$P_i$  = Harga pasar

$M_i$  = Laba yang diinginkan

Salah satu transaksi yang terjadi diperjanjian kontrak antara perusahaan PT. Dian Sakti Sempana diminta oleh perusahaan kliennya, Yayasan Syafiatul Ammaliyah diminta untuk menyediakan 10 orang ahli mekanikal yang dimiliki oleh perusahaan PT. Dian Sakti Sempana untuk dikontrakkan dan ditugaskan. Adapun harga kontrak maksimum per orang yang ditetapkan sebesar Rp 100.000/orang. Laba operasional ditetapkan oleh perusahaan sebesar 60% dari harga kontrak. Sehingga total biaya maksimum dan biaya per orang maksimum adalah :

Biaya maksimum yang dapat ditolerir

***Target Costing* = Harga Pasar – Laba yang Diinginkan**

= (10 orang ahli mekanikal x Rp 100.000/orang) – (60% x Rp 100.000/orang)

---

<sup>14</sup> Iyeh Supriyatna, "Tinjauan Penerapan Target Costing dan Upaya Cost", Jurnal Emba, Vol. 2, No. 2, Jakarta, 2010, Hal. 152.



$$= \text{Rp } 1.000.000 - \text{Rp } 60.000$$

$$\textit{Target Costing} = \text{Rp } 940.000$$

Sehingga biaya kontrak maksimum per orang ahli mekanikal adalah,

*Target Costing* : jumlah orang ahli mekanik yang dikontrakkan

$$= \text{Rp } 940.000 : 10 \text{ orang ahli mekanik}$$

Biaya kontrak maksimum = Rp 94.000/orang,

Dari hasil perhitungan di atas PT. Dian Sakti memiliki target biaya sebesar Rp 940.000, sedangkan harga kontrak maksimum per 10 orang ahli mekanikal sebesar Rp 1.000.000, maka ada keuntungan sebesar Rp 60.000 dalam perjanjian kontrak ini. Biaya operasional mencakup semua biaya yang terkait dengan pemerolehan atau perjanjian kontrak antara beberapa perusahaan. Secara keseluruhan, metode *target costing* merupakan metode penentuan biaya maksimum untuk menghasilkan perjanjian kontrak yang dapat menekan biaya operasional sehingga dapat meningkatkan laba dari perusahaan.

Pengumpulan data kualitatif dilakukan kepada para informan dengan menggunakan pedoman wawancara sesuai dengan tujuan penelitian. Agar memperoleh informasi yang valid dan reliabel digunakan alat bantu perekam suara, pemotretan dan ditambah dengan catatan. Selain itu, untuk memperoleh informasi tambahan peneliti juga melakukan observasi pada saat mengunjungi PT. Dian Sakti Sempana.

Pengumpulan data kuantitatif dilakukan pada peneliti ke PT. Dian Sakti Sempana yakni mendapatkan informasi tentang karakteristik laporan biaya operasional dan laporan anggaran operasional berupa penjualan barang/jasa yang dikontrakkan apakah dapat meningkatkan laba yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Analisis data kuantitatif dilakukan dengan cara analisis *univariat* terhadap seluruh variabel untuk melihat distribusi frekuensi dan deskripsi dari variabel, apakah metode *target costing* dalam pengendalian biaya dapat meningkatkan laba.

Adapun analisis *univariat* adalah suatu teknik analisis data terhadap satu variabel secara mandiri, tiap variabel dianalisis tanpa dikaitkan dengan variabel lainnya. Model analisis *univariat* dapat berupa menampilkan angka hasil pengukuran, ukuran dispersi/deviasi/variability, dan penyajian data. Adapun sumber data meliputi laporan biaya operasional, laporan anggaran operasional, dan data pendukung lainnya.

Dari hasil analisis data, dapat diketahui bahwa hipotesis didukung karena adanya perhitungan biaya operasional. Sehingga penerapan *target costing* dapat diterapkan dengan baik dalam penelitian di perusahaan PT. Dian Sakti Sempana

Langkah-langkah dalam teknik analisis data adalah :

1. Mendeskripsikan perhitungan biaya operasional yang dilakukan perusahaan PT. Dian Sakti Sempana.
2. Menganalisis penerapan pengendalian biaya operasional dengan metode *target costing*.

Langkah-langkah penerapan *target costing* adalah sebagai berikut :

- a. Menganalisis laporan laba rugi perusahaan PT. Dian Sakti Sempana, agar dapat mengetahui total laba yang diperoleh dan total biaya yang dikeluarkan oleh PT. Dian Sakti Sempana agar dapat dibandingkan dengan laporan laba rugi yang sudah menggunakan metode *target costing*.
- b. Menghitung target laba, yang diperoleh dari wawancara terhadap PT. Dian Sakti Sempana.
- c. Menghitung *target costing* dengan rumus :

***Target Costing* = Harga Pasar – Laba yang diinginkan**

- d. Penggunaan pengurangan biaya dalam *target costing* untuk mengidentifikasi apa saja cara untuk menghemat biaya operasional.
3. Membandingkan antara analisis perhitungan biaya yang dihitung menggunakan aturan yang dipakai oleh PT. Dian Sakti Sempana selama ini dengan analisis perhitungan biaya dihitung setelah diterapkan adanya *target costing* beserta jumlah penghematan biaya yang terjadi. Jika perhitungan biaya operasional menurut *target costing* perhitungan biayanya relatif lebih kecil dari perhitungan perusahaan tanpa mengubah kualitas dan kuantitas dari produk/jasa yang akan dikontrakkan, maka perhitungan biaya menurut *target costing* dikatakan efisien.
4. Adapun tahapan selanjutnya dalam penelitian ini adalah membandingkan perhitungan biaya operasional dan laba menurut metode biaya standar yang diterapkan perusahaan atau sebelum penerapan metode *target costing* dengan hasil perhitungan biaya produksi dan laba menurut *metode target costing*. Kemudian menghitung target laba yang disepakati oleh kedua pihak perusahaan.
5. Tahap terakhir dalam penelitian ini adalah agar memenuhi *target costing* yang diharapkan oleh PT. Dian Sakti Sempana adalah dengan menggunakan prinsip dari metode *target costing* yaitu rekayasa nilai (*value engineering*). Rekayasa nilai (*value engineering*) adalah metode yang memberikan suatu yang optimal bagi sejumlah biaya yang dikeluarkan, dengan memakai teknik sistematis untuk menganalisis dan mengendalikan total biaya operasional dengan mengurangi biaya yang tidak perlu dengan biaya terendah.



