

**ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA
EFISIENSI BIAYA PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN
LABA**



TUGAS AKHIR

OLEH :

**AMILATUSSAADAH
NIM 18030241**

**PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA EFISIENSI
BIAYA PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN LABA

Oleh mahasiswa :

Nama : Amilatussaadah

NIM : 18030241

Telah diperiksa dan dikoreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing
menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh ujian tugas akhir.

Tegal, 5 Juli 2021

Pembimbing I,



Hesti Widiyanti, S.E, M.Si
NIPY. 09.008.043

Pembimbing II,



Fitri Amaliyah, S.E, M.Ak
NIPY. 011.011.092

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN LABA

Oleh :

Nama : Amilatussaadah

NIM : 18030241

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Akuntansi Politeknik harapan Bersama Tegal

Tegal, 13 Juli 2021

Hesti Widianti, S.E, M.Si
Ketua Sidang



Anita Karunia, S.E, M.Si
Penguji I



Aryanto, S.E, M.Ak, CAAT
Penguji II



Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Yeni Priatna Sari, S.E, M.Si, Ak, CA
NIPY. 03.013.142

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN LABA beserta isinya adalah benar – benar karya saya sendiri.

Dalam penelitian Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung segala resiko/ sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 13 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Amilatussaadah

18030241

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Mahasiswa Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama: Amilatussaadah

NIM : 18030241

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Harapan Bersama **Hak Bebas Royalti Noneksekusif** (*Noneexclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Analisis Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Efisiensi Biaya Untuk Peningkatan Laba”.

Dengan Hak Bebas Royalti/Non eksekusif ini Politeknik Harapan Bersama Tegal berhak menyimpan, mengalih media/formatnya, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tegal, 13 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Amilatussaadah

NIM 18030241

HALAMAN MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.

(QS. Al Insyiroh 6-7)

9 kunci hidup bahagia : Tidak membenci. Tidak mengeluh. Berprasangka baik. Rendah hati. Mudah memaafkan. Hindari permusuhan. Bersedekah. Selalu tersenyum. Tidak dengki dan iri hati.

(Inspirasi Hidup)

Tugas kita adalah untuk mencoba karena didalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil.

(Mario Teguh)

Selagi masih muda maka habiskan jatah gagalmu secepatnya

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini kupersembahkan untuk :

- ◆ Kedua Orang tua saya yang selalu mendukung, mendoakan dan memotivasi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- ◆ Kakak dan saudara saya yang selalu memberi bantuan moral dan materiil sehingga saya bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- ◆ Dosen pembimbingku, Ibu Hesti Widiyanti, SE, M.Si dan Ibu Fitri Amaliyah, SE, M.Ak terimakasih sudah bersabar, meluangkan waktu dan memberikan arahan selama mengerjakan Tugas Akhir ini.
- ◆ Alm Bapak Sunandar, SE, M.Si, Ak, CA selaku dosen pembimbing pertama sekaligus saudara yang telah banyak membantu hingga akhirnya saya bisa menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik dan lulus tepat waktu.
- ◆ Semua teman-teman kelas 6G yang aku sayangi dan aku cintai yang sudah bersama menemaniku susah dan senang hampir 3 tahun.
- ◆ Untuk sahabat saya Imel dan Hening semoga kita berteman terus dan langgeng sampai tua bareng nanti. Aku sayang kalian.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Efisiensi Biaya Untuk Peningkatan Laba” Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.

Dalam melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan menyusun Tugas Akhir (TA) ini, peneliti telah melibatkan berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Nizar Suhendra, SE, M.PP, selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama.
2. Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA., selaku Ka. Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Ibu Hesti Widianti, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, waktu luangnya dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Fitri Amaliyah, SE, M.Ak selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan, waktu luangnya dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Bapak H. Nurosid, S.Pd selaku Pemilik usaha yang telah memberi izin untuk melakukan Penelitian di Telor Asin Panggang Pak Rosid.
6. Seluruh Pegawai Telor Asin Panggang Pak Rosid yang telah memberikan bantuan selama melaksanakan penelitian.
7. Rekan-rekan kelas 6G yang telah memberikan dorongan dan semangat serta semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, turut membantu selesainya Tugas Akhir ini.

8. Serta sahabat terbaik saya Imel, Hening, Sapit, Via, Lusi, dan Zian yang telah memberikan semangat dan motivasi selama menyusun Tugas Akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan di sana-sini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kelemahan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca serta pemerhati pada umumnya.

Tegal, 13 Juli 2021



Amilatussaadah

NIM. 18030241

ABSTRAK

Amilatussaadah. 2021. Analisis Penerapan *Target Costing* dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba. Program Studi : Diploma III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal. Pembimbing I : Hesti Widianti, S.E., M.Si; Pembimbing II : Fitri Amaliyah, S.E., M.Ak.

Target costing merupakan suatu sistem dimana penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan atau ditargetkan sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan. tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil dari penerapan metode *target costing* sebagai upaya peningkatan laba usaha pada Telur Asin Panggang Pak Rosid. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Teknik analisis data adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *target costing* dapat diimplementasikan pada Telur Asin Panggang Pak Rosid untuk meningkatkan laba usahanya. Melalui proses tersebut pemilik usaha akan menghemat biaya produksi sebesar Rp 186.953.000,- dari Rp1.052.720.000,- menjadi Rp865.767.000,- dari penjualan 370.475 butir telur asin. Dengan penghematan biaya tersebut pemilik usaha mampu mencapai laba usaha yang diinginkan yaitu 25% menjadi 38% dari penjualan telur asin.

Kata kunci : *target costing*, rekayasa nilai, laba

ABSTRACT

Amilatussaadah, Amilatussaadah. 2021. *The Analysis of The Application of Target Costing in Production Cost Efficiency Efforts To Increase Profits. Study Program: Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor: Hesti Widiyanti. S.E., M.Si; Co-Advisor: Fitri Amaliyah, S.E., M Ak.*

Target costing is a system where the determination of the cost of the product is in accordance with what is desired or targeted as the basis for determining the selling price of the product that will earn the desired profit. The purpose of this study was to determine the result of the application of the target costing method as an effort to increase operating profit on Pak Rosid's Baked Salted Eggs. The data collection techniques used were observation, interviews, and literature study. Data analysis techniques were data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that the target costing method can be implemented on Pak Rosid's Baked Salted Eggs to increase his business profit. Throughout this process, the business its owner will save production costs of IDR 186.953.000, from IDR 1.052.720,000,- IDR 865.767.000,- from sales of 370,475 salted eggs. With these cost savings, business owners are able to achieve the desired operating profit, which is 25% to 38% of salted egg sales.

Keywords : *target costing, value engineering, profit*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Kerangka Berfikir.....	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Biaya.....	12
2.1.1 Pengertian Biaya.....	12
2.1.2 Konsep Biaya.....	13
2.1.3 Objek Biaya.....	13
2.1.4 Klasifikasi Biaya	14

2.1.5	Pengertian Biaya Produksi	18
2.2	Harga Jual	18
2.2.1	Pengertian Harga Jual	18
2.2.2	Tujuan Penetapan Harga	19
2.3	<i>Target Costing</i>	20
2.3.1	Pengertian <i>Target Costing</i>	20
2.3.2	Model Penerapan <i>Target Costing</i>	21
2.3.3	Manfaat <i>Target Costing</i>	21
2.3.4	Prinsip Penerapan <i>Target Costing</i>	22
2.3.5	Kendala Menerapkan <i>Target Costing</i>	24
2.4	Laba	25
2.4.1	Pengertian Laba	25
2.4.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba	26
2.4.3	Laba Target	27
2.5	Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Lokasi Penelitian	34
3.2	Waktu Penelitian	34
3.3	Jenis Data	34
3.4	Sumber Data	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	36
3.6	Analisis Data	37
BAB IV METODE PENELITIAN		40
4.1	Hasil Penelitian	40
4.1.1	Analisis Metode Manual Menurut Perusahaan	40
4.1.2	Analisis Metode <i>Target Costing</i> pada Produksi Telur Asin Panggang Pak Rosid	47
4.2	Pembahasan	65
BAB V PENUTUP		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	68

DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	27
Tabel 4.1 Hasil Penjualan Telur Asin.....	40
Tabel 4.2 Biaya Bahan Baku Menggunakan Metode Manual.....	41
Tabel 4.3 Daftar Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	42
Tabel 4.4 Biaya Bahan Penolong.....	42
Tabel 4.5 Biaya Kemasan.....	44
Tabel 4.6 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	45
Tabel 4.7 Laporan Laba Rugi Sebelum <i>Target Costing</i>	46
Tabel 4.8 Daftar Harga Telur Asin Pesaing.....	50
Tabel 4.9 Biaya Bahan Baku Langsung Menggunakan <i>Target Costing</i>	55
Tabel 4.10 Biaya Bahan Penolong Menggunakan <i>Target Costing</i>	57
Tabel 4.11 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Setelah Dilakukan <i>Target Costing</i>	58
Tabel 4.12 Biaya Produksi Setelah Menggunakan <i>Target Costing</i>	59
Tabel 4.13 Perbedaan Biaya Produksi Setelah Dilakukan <i>Target Costing</i>	60
Tabel 4.14 Perbandingan Laba Rugi Sebelum Dan Sesudah <i>Target Costing</i>	61
Tabel 4.15 Perbandingan Presentase Laba Sebelum Dan Sesudah <i>Target Costing</i>	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Kerangka Berfikir.....	9

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1.....	79
Lampiran 2.....	80

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan merupakan tujuan utama yang ingin diwujudkan bagi setiap perusahaan. Segala aktivitas yang dilakukan untuk mencapainya harus didukung oleh kondisi manajemen yang baik sebagai pengelola. Selain dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi, manajemen juga dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran, dan kegiatan-kegiatan yang saling bertentangan dari pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi. Tujuan yang lain dari manajemen yaitu untuk mencapai efisiensi dan efektivitas, yaitu dua konsepsi utama untuk mengukur prestasi kinerja (*performance*) manajemen. Agar semua tujuan tersebut dapat tercapai maka para manajer dituntut untuk memiliki kemampuan untuk menganalisis dan menggunakan data akuntansi.

Dalam persaingan usaha yang semakin ketat, pengusaha dituntut untuk mempunyai keunggulan agar dapat berkembang dan bersaing dengan baik dalam hal variasi produk, kualitas produk, maupun harga jual yang bersaing. Usaha dagang dapat didefinisikan sebagai kegiatan jual beli barang atau jasa. Usaha yang memproduksi barang atau jasa bertujuan untuk memperoleh laba dari aktivitas produksinya. Perusahaan tentunya berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh laba dan meminimalkan

biaya produksi seminimal mungkin dengan catatan tidak mengurangi kualitas produk (Himawan dan Pendajaya, 2005)^[1]. Dalam suatu usaha memerlukan adanya biaya, terutama dalam biaya produksi. Biaya produksi ini juga biasanya terdiri dari tiga unsur yaitu bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik. Dimana bahan baku langsung adalah semua bahan baku yang membentuk bagian integral dan produk jadi dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu, sedangkan *overhead* pabrik merupakan semua biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke output tertentu.

Perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus mampu menghasilkan produksi yang tinggi dengan kualitas yang baik. Hasil produksi yang tinggi akan tercapai apabila perusahaan memiliki efisiensi produksi yang tinggi. Akan tetapi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi ini tidak mudah karena banyak faktor yang mempengaruhinya baik faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain tenaga kerja, bahan baku, mesin, metode produksi dan pasar. Agar dapat bersaing dalam pasar saat ini, perusahaan harus dapat menciptakan suatu produk baik barang maupun jasa yang harganya lebih rendah atau paling tidak sama dengan harga yang ditawarkan para pesaingnya. Suatu usaha untuk dapat memperoleh produk yang seperti

itu harus berusaha sebisa mungkin mengurangi biaya yang harus dikeluarkan pada proses produksinya (Himawan dan Pendajaya, 2005)^[2].

Untuk dapat lebih efisien dalam mengelola biaya produksi maka dibutuhkan metode perhitungan biaya produksi yaitu dengan menerapkan *target costing*. *Target costing* adalah metode untuk menentukan harga pokok produk sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan oleh perusahaan. Hal ini sangat baik untuk diterapkan oleh perusahaan agar perusahaan dapat mengelola biaya dengan baik. Untuk mencapai tujuan perusahaan, perusahaan membentuk sebuah tim untuk pengembangan produk dan merancang produk yang dapat dibuat dengan biaya yang lebih rendah dari target biaya yang telah dihitung oleh perusahaan, sehingga dengan menggunakan metode *target costing* diharapkan dapat dijadikan sebagai alat bantu efisiensi biaya produksi pada perusahaan tersebut.

Target costing menurut Kaplan dan Atkonsin (1998: 224)^[3] adalah “*Target Costing is a cost management tool that planner use during product and process design to drive improvement effort aimed at reducing the product’s future manufacturing.*” *Target costing* merupakan perbedaan antara harga jual produk atau jasa yang diperlukan untuk mencapai pangsa pasar tertentu dengan laba per satuan yang diinginkan perusahaan (Hansen dan Mowen 2009: 361)^[4]. Umumnya perusahaan beroperasi dengan mengembangkan dan memproduksi barang atau jasa terlebih dahulu. Kemudian mulai menghitung biaya yang dikeluarkan untuk jenis produksi

tersebut dan menetapkan harga jual bagi produknya, setelah itu produk siap dipasarkan. Namun, dalam metode *target costing*, proses yang terjadi malah sebaliknya. *Target costing* mempertimbangkan seluruh biaya produk atau jasa dalam siklus hidup produk dan bertujuan untuk menurunkan biaya total sebuah produk atau jasa. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan menerapkan *target costing* adalah untuk menurunkan total biaya dari total biaya sebelumnya sehingga perusahaan bisa mendapatkan laba yang maksimal tanpa harus menaikkan harga jualnya.

Pemilik Toko Telur Asin Panggang Rosid adalah orang pertama di Indonesia yang menjual telur asin panggang pada tahun 2004. Sebelumnya beliau melakukan eksperimen untuk menyajikan telur asin pedas namun gagal dan beralih mencoba telur asin panggang dengan menggunakan oven. Ia memulai dengan menjajal memasukkan 10 telur ke dalam oven dan ternyata meledak. Ia menghabiskan sampai 300 butir telur sebelum akhirnya menemukan cara agar telur tidak meledak didalam oven. Kelebihan telur panggang olahan Rosid adalah kadar air lebih sedikit yang tentu saja lebih awet dan tahan lama, rasa sudah pasti berbeda dan unik, tekstur dan warna agak kasar, kesat, agak berminyak, dan lebih gelap dari telur bebek asin biasa. Selain itu tidak tampak bau amis khas telur bebek asin sehingga cocok buat orang yang tidak suka makanan yang berbau amis. Kelemahannya adalah beberapa orang belum beradaptasi dengan warna telur yang agak gelap dan tekstur telur asin yang berminyak tersebut. Omset harian menurutnya, cukup lumayan hingga dapat menjual sekitar 700 butir

telur. Di tahun 2007, beliau pernah mendaftarkan telur panggang bikinannya ke Badan POM Semarang dan telah mendapatkan hak patennya. Ironis, saat ini di beberapa toko di kota Brebes juga menjual telur panggang dengan inovasi yang sama walaupun ada perbedaan pada proses pembuatan dan pemanggangannya. Usahanya sampai sekarang berkembang pesat dan membuka cabang di Rest Area KM 260B Banjaratma, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah.

Usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid dikelola langsung oleh pemiliknya, dan harga jual produknya ditentukan berdasarkan kira-kira. Penentuan harga jual merupakan langkah yang penting. Harga jual yang terlalu mahal akan mengakibatkan perusahaan tidak dapat bersaing, sedangkan harga jual yang terlalu murah juga akan mengakibatkan laba yang diinginkan perusahaan tidak dapat dicapai. Oleh sebab itu harus bisa menentukan harga jual yang kompetitif agar konsumen mau membeli produk, harga jual yang kompetitif ditentukan berdasarkan harga di beberapa pesaing. Jika perusahaan menentukan harga jual berdasarkan harga jual kompetitif akan menyebabkan laba yang diharapkan tidak tercapai, maka perlu dilakukan efisiensi biaya produksi agar laba yang diharapkan perusahaan dapat tercapai. Perusahaan dapat menerapkan *target costing* agar laba yang diharapkan perusahaan tercapai.

Dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS PENERAPAN TARGET**

***COSTING* DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN LABA”.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana penerapan *target costing* sebagai upaya peningkatan laba usaha pada Telur Asin Panggang Pak Rosid?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui hasil dari penerapan metode *target costing* sebagai upaya peningkatan laba usaha pada Telur Asin Panggang Pak Rosid.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan sebagai berikut :

1) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai perbandingan antara teori-teori yang sudah diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang sebenarnya serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam permasalahan yang terjadi pada usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid mengenai penerapan *target costing* dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk peningkatan laba.

2) Bagi Politeknik Harapan Bersama

Dapat digunakan sebagai bahan pustaka dan referensi penelitian berikutnya yang dilakukan oleh mahasiswa Politeknik Harapan Bersama.

3) Bagi Usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid

Sebagai bahan masukan guna pengambilan keputusan dalam menentukan penerapan metode biaya produksi yaitu dengan menggunakan metode *target costing* untuk efisiensi biaya produksinya sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang lebih tinggi.

1.5 Batasan Masalah

Permasalahan yang akan dibatasi dalam penyusunan penelitian ini yaitu:

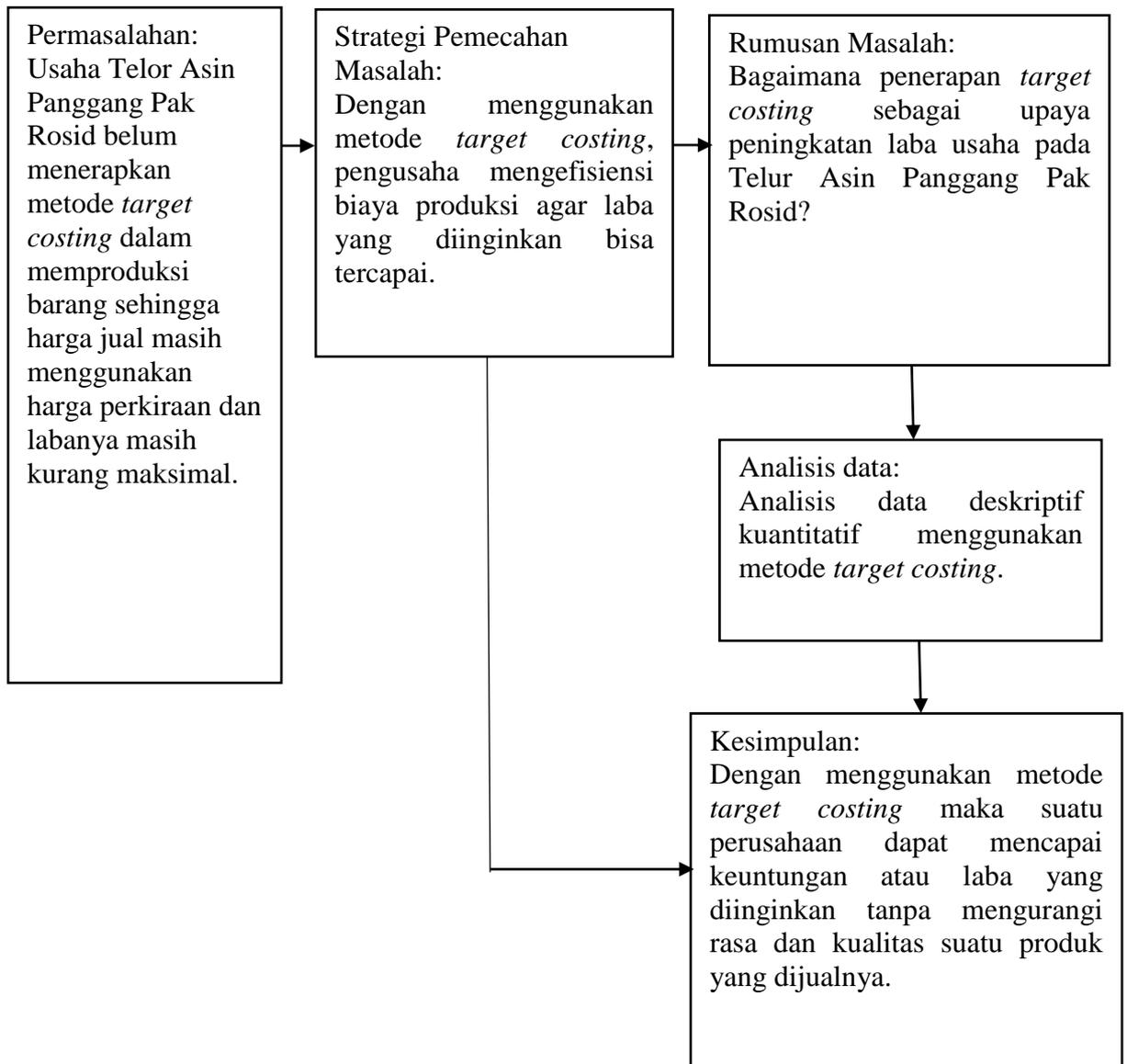
1. Efisiensi biaya produksi dengan menggunakan *target costing* untuk peningkatan laba pada usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid.
2. Data yang diambil dalam penelitian adalah data penjualan Telur Asin Panggang Pak Rosid pada tahun 2020.

1.6 Kerangka Berfikir

Dalam suatu usaha, harga jual yang kompetitif ditentukan berdasarkan harga dibebepa pesaing. Jika perusahaan menentukan harga jual berdasarkan harga jual kompetitif akan menyebabkan laba yang diharapkan tidak tercapai. Maka perlu dilakukan efisiensi biaya produksi, perusahaan

dapat menerapkan *target costing* dalam upaya efisiensi biaya produksi agar laba yang diharapkan oleh perusahaan bisa tercapai. *Target costing* merupakan salah satu alat yang efektif untuk mengurangi biaya produksi. Metode ini juga membentuk manajemen dalam menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan menggunakan *target costing*, perusahaan menentukan biaya produk berdasarkan harga yang mampu dibeli konsumen. Biaya yang diperlukan untuk menghasilkan satu unit produk tidak boleh melampaui harga pasar. Dengan demikian produk yang dihasilkan akan mampu bersaing dan perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat dilakukan penyederhanaan menggunakan kerangka berfikir penelitian sebagai berikut:



1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, intisari/abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori tentang pengertian Biaya, *Target Costing*, dan Laba.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian (tempat dan alamat penelitian), waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tinjauan umum instansi, seperti sejarah singkat instansi, profil instansi, struktur organisasi, tugas dan wewenang atau *job description*, laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi instansi atau perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian tugas akhir secara lengkap.

3. Bagian Akhir

LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain laporan aset tetap serta data-data lain yang diperlu

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Biaya

2.1.1 Pengertian Biaya

“Accountants have defined cost as “ an exchange price, a forgoing, a sacrifice made to secure benefit,” yaitu biaya adalah satuan nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat (Carter 2015: 16)^[3]. Menurut Mulyadi (2014: 8)^[4] dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Menurut Dunia (2018: 22)^[5] biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan. Biaya biasanya tercermin dalam laporan posisi keuangan sebagai aset perusahaan. Berdasarkan dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengeluaran yang digunakan sebagai pengorbanan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa dan beban adalah pengeluaran yang digunakan untuk membantu dalam proses perolehan barang atau jasa yang mempengaruhi pendapatan.

2.1.2 Konsep Biaya

Menurut Witjaksono (2013: 12)^[6], terdapat beberapa pendapat mengenai definisi dari pada biaya (*cost*); antara lain:

- a. *Cost* adalah suatu pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.
- b. Sebagai akuntan mendefinisikan biaya sebagai: satuan moneter atas pengorbanan barang dan jasa untuk memperoleh manfaat di masa kini atau masa yang akan datang.
- c. *Cost in the cash equivalent value sacrificed for goods and services that are expected to bring a current or future benefit to the organization.*

Maka dapat disimpulkan secara umum bahwa biaya dapat didefinisikan sebagai penilaian moneter dari upaya, material, sumber daya, waktu dan utilitas yang dikonsumsi, resiko yang timbul, dan peluang yang hilang dalam produksi barang atau jasa.

2.1.3 Objek Biaya

Menurut Salman (2016: 28)^[7], dalam konsep akuntansi biaya baik konsep akuntansi biaya konvensional maupun akuntansi manajemen kontemporer dikenal dengan istilah yang disebut dengan objek biaya (*cost object*). Contoh objek biaya adalah produk, departemen, pesanan, aktivitas, kontrak, lini produk, divisi, proyek, dan masih banyak contoh lain.

Objek biaya (*cost object*) merupakan suatu dasar yang digunakan untuk melakukan perhitungan biaya. Perusahaan dapat memiliki banyak hal yang dapat dijadikan sebagai objek biaya, diantaranya adalah: produk, jasa, proyek, pelanggan, merek, aktivitas, dan departemen. Objek biaya yang paling umum digunakan oleh perusahaan adalah produk, departemen, dan aktivitas (Dunia, 2018: 23)^[5]. Secara umum dapat disimpulkan bahwa objek biaya merupakan tempat adanya biaya atau aktivitas biaya diukur tujuannya ialah untuk menelusuri serta memilih seberapa obyektif biaya tersebut diandalkan maupun dihasilkan.

2.1.4 Klasifikasi Biaya

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut (Mulyadi, 2014: 13).^[4]

Biaya dapat digolongkan menurut:

a. Biaya dalam Hubungannya dengan Fungsi Produksi

Menurut Salman (2013: 26)^[8] biaya produksi terkait dengan salah satu fungsi perusahaan yaitu fungsi produksi.

Biaya produksi ini terdiri dari:

1) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah besarnya penggunaan bahan baku yang dimasukkan kedalam proses produksi untuk menghasilkan produk jadi.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk membayar pekerja yang terkait langsung dengan proses produksi untuk menghasilkan produk jadi. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung termasuk sebagai biaya pabrikasi yang secara langsung membentuk bagian integral dari suatu produk jadi.

3) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya konversi terdiri dari biaya pekerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya konversi adalah keseluruhan biaya pabrikasi yang mencerminkan biaya pengubahan bahan baku menjadi produk jadi.

b. Biaya dalam Hubungannya dengan Fungsi Pokok Perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi

administrasi dan umum (Mulyadi, 2014: 4).^[4] Oleh karena itu biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu:

1) Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

2) Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan pemasaran suatu produk.

3) Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Jumlah biaya pemasaran dan administrasi dan umum sering pula disebut dengan istilah biaya komersial (*commercial expense*).

c. Biaya dalam Hubungannya dengan Produk

Menurut Salman (2013: 24),^[8] berdasarkan hubungannya dengan produk, biaya dapat diklasifikasikan kedalam:

1) Biaya Langsung

Biaya langsung adalah biaya yang dapat ditelusuri secara langsung pada produk.

2) Biaya Tidak Langsung

Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung pada produk.

d. Biaya dalam Hubungannya dengan Volume Kegiatan

Kecenderungan biaya untuk bervariasi terhadap *output* harus dipertimbangkan oleh manajemen jika manajemen ingin sukses dalam merencanakan dan mengendalikan biaya (Charter, 2009: 43).^[9]

1) Biaya Variabel

Jumlah totalnya berubah secara proposional terhadap perubahan aktivitas dalam rentang yang relevan (*relevant range*). Dengan kata lain, biaya variabel menunjukkan jumlah perunit yang relatif konstan dengan berubahnya aktivitas dalam rentang yang relevan.

2) Biaya Tetap

Biaya tetap bersifat konstan secara total dalam rentang yang relevan. Dengan kata lain, biaya tetap perunit semakin kecil seiring dengan meningkatnya aktivitas dalam rentang yang relevan.

3) Biaya Semivariabel

Beberapa jenis biaya yang memiliki elemen biaya tetap dan biaya variabel.

2.1.5 Pengertian Biaya Produksi

Munawir (2002: 326)^[10] mengungkapkan bahwa: "biaya produksi atau *production cost* adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan pengolahan (*manufacture*) atau mengubah bahan baku menjadi barang siap jual atau dikonsumsi, maupun biaya pelaksanaan atau pemberian jasa atau pelayanan". Selain itu Ahmad (2007 : 34)^[11] mengemukakan bahwa: "biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang". Secara umum biaya produksi dapat diartikan sebagai total biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk melaksanakan proses produksi, baik barang maupun jasa. Biaya produksi ini dibutuhkan untuk memperoleh hasil barang atau jasa yang bisa dijual dan menghasilkan untung dan laba bagi pemilik usaha.

2.2 Harga Jual

2.2.1 Pengertian Harga Jual

Harga jual memiliki pengaruh sangat penting terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya dan mempengaruhi konsumen atau pelanggan untuk membeli produk tersebut. Menurut Hansen dan Mowen (2009)^[12] harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Namun harga jual memiliki persoalan rumit yang akan dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah menetapkan harga jual produksinya, karena hak tersebut memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Harga jual yang tinggi akan memberikan dampak konsumen tidak akan atau mengurangi pembelian produknya, namun apabila harga jual produk terlalu rendah maka perusahaan tidak akan mendapatkan laba atau pendapatan yang cukup.

2.2.2 Tujuan Penetapan Harga

Kotler dan Keller (2011), terdapat tiga tujuan utama untuk menetapkan harga jual, antara lain:

1. Memaksimalkan Laba

Perusahaan akan selalu berusaha untuk menetapkan harga yang mampu menghasilkan laba yang tinggi dengan cara memperkirakan permintaan dan biaya yang berasosiasi dengan harga alternatif. Setelah itu, memilih harga yang menghasilkan laba, arus kas, atau tingkat pengembalian maksimum.

2. Kemampuan Bertahan

Tujuan utama perusahaan yaitu mampu bertahan pada saat perusahaan dihadapkan pada persaingan yang ketat, keinginan konsumen yang berubah dan kelebihan kapasitas. Selama harga mampu menutup biaya variabel dan biaya tetap, maka perusahaan akan bertahan dalam proses.

3. Pangsa Pasar yang Tinggi

Perusahaan percaya bahwa semakin tinggi volume penjualan, maka biaya perunit akan semakin rendah dan laba jangka panjang semakin tinggi. Dengan hal seperti ini maka perusahaan akan menetapkan harga paling rendah karena berasumsi bahwa pasar sensitif terhadap harga. Strategi untuk menetapkan harga penetrasi pasar dapat ditetapkan dalam kondisi seperti berikut:

- a. Pasar sangat sensitif terhadap harga karena harga yang rendah merangsang pertumbuhan pasar.
- b. Biaya produksi dan distribusi akan menurun sesuai dengan seiringnya terakumulasi pengalaman produksi.
- c. Harga yang rendah mendorong untuk bersaing secara aktual dan potensial.

2.3 *Target Costing*

2.3.1 *Pengertian Target Costing*

Menurut Witjaksono (2013: 157)^[6] *Target costing* merupakan suatu sistem dimana penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan, atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya. *Target costing* merupakan perbedaan antara harga jual produk atau jasa yang diperlukan untuk mencapai pangsa pasar

tertentu dengan laba per satuan yang diinginkan perusahaan menurut (Hansen dan Mowen,2009: 361).^[12]

Penerapan biaya berdasarkan target, dimana perusahaan menentukan biaya yang harus dikeluarkan untuk barang atau jasa, berdasarkan harga pasar pesaing, dengan demikian perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan (Salman,2016: 226).^[7]

2.3.2 Model Penerapan *Target Costing*

Menurut Salman (2016: 227)^[7] ada lima tahap penerapan penetapan biaya berdasarkan target (*target costing*), yaitu:

1. Menentukan harga pasar target.
2. Menentukan laba yang diharapkan. Laba yang diharapkan dapat dihitung presentase margin dikalikan dengan harga pasar target.
3. Menghitung biaya target pada harga pasar dikurangi laba yang diharapkan.
4. Menggunakan rekayasa nilai untuk menentukan cara menurunkan biaya produk, agar biaya produk yang direalisasi dapat sesuai dengan biaya target.
5. Menggunakan perhitungan biaya kaizen dan pengendalian operasi untuk terus menurunkan biaya.

2.3.3 Manfaat *Target Costing*

Menurut Salman (2016: 233)^[7] *Target costing* memberikan manfaat bagi perusahaan antara lain:

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan, yakni desain difokuskan pada nilai-nilai pelanggan.
2. Mengurangi biaya melalui desain yang lebih efisien dan efektif.
3. Membantu perusahaan mencapai profitabilitas yang diinginkan pada produk baru atau produk yang didesain ulang.
4. Dapat mengurangi total waktu yang dibutuhkan untuk pengembangan produk melalui peningkatan koordinasi manajer desain, manufaktur, dan pemasar.
5. Dapat meningkatkan kualitas produk secara menyeluruh, melalui desain yang dikembangkan secara hati-hati dan isu-isu manufaktur yang dianggap penting dipertimbangkan secara jelas dalam tahap desain.

2.3.4 Prinsip Penerapan *Target Costing*

Menurut Witjaksono (2013: 179)^[6] *Target costing* adalah suatu proses yang sistematis yang menggabungkan manajemen biaya dan perencanaan laba. Proses ini menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Harga Menentukan Biaya (*Priced Led Costing*)

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

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

2. Fokus pada Pelanggan

Kehendak atau kebutuhan pelanggan atas kualitas, biaya, dan fungsi secara simultan terdapat dalam produk dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan berkenaan dengan desain dan perhitungan harga pokok produk.

3. Menentukan Laba yang Diharapkan

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

4. *Cross Functional Team*

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

5. Melakukan rekayasa nilai

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

6. Menggunakan *kaizen costing* dan pengendalian operasi

Kaizen costing berarti upaya berkelanjutan untuk mencari metode yang lebih baik dalam proses produksi. Sedangkan dengan perhitungan biaya merupakan upaya untuk terus mencari metode produksi yang dapat menurunkan biaya produksi suatu produk tersebut.

2.3.5 Kendala Menerapkan *Target Costing*

Menurut Witjakono (2013: 183)^[6] berikut ini adalah kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing*:

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

Dengan demikian sangat disarankan bagi perusahaan yang tertarik untuk menerapkan *target costing* 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 organisasi secara keseluruhan.

2.4 Laba

2.4.1 Pengertian Laba

Menurut Balkoui (2007: 229)^[13] mengemukakan bahwa laba dalam akuntansi secara operasional didefinisikan sebagai perbedaan antara realisasi laba yang tumbuh dari transaksi-transaksi selama periode berlangsung dan biaya-biaya historis yang berhubungan. Sedangkan menurut Soemarso (2009: 234)^[14] laba adalah selisih pendapatan atas biaya yang terjadi sehubungan dengan usaha memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Sedangkan pengertian laba menurut Harahap (2008: 113)^[15] laba adalah kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode tertentu.

Kemudian menurut Kieso, Weygan, dan Warfield (2008: 148)^[16] mengatakan bahwa laba dalam akuntansi disajikan pada laporan laba rugi perusahaan, dalam laba rugi sendiri terdapat beberapa jenis laba:

1. Laba Kotor (*gross profit*)

Laba kotor merupakan hasil pengurangan dari penjualan perusahaan pada periode tertentu dikurangi dari harga pokok produk yang dijual.

2. Laba Operasi (*income from operation*)

Laba operasi diperoleh dari hasil pengurangan laba kotor dengan biaya operasi perusahaan.

3. Laba Bersih Sebelum Pajak (*income before tax*)

Laba bersih sebelum pajak merupakan perhitungan dari laba operasi dikurangi dengan beban bunga.

4. Laba dari Operasi yang Berkelanjutan (*income from continuing operation*)

Laba dari operasi yang berkelanjutan merupakan laba akhir yang diperoleh dari laba sebelum pajak dikurangi dengan penghasilan.

5. Laba Bersih (*net income*)

Laba bersih adalah laba bersih sebelum pajak dikurangi dengan pajak atas penghasilan.

2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba

Besar kecil laba yang diperoleh suatu perusahaan atau individu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Mulyadi (2001:513)^[4] ada tiga faktor yang mempengaruhi laba, yaitu:

1. Biaya, yaitu semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengolah suatu produk atau jasa sehingga mempengaruhi harga jual produk tersebut.
2. Harga Jual, besar kecilnya harga jual suatu produk akan berpengaruh pada jumlah atau volume penjualan produk tersebut.

3. Volume Penjualan dan Produksi, besar kecilnya volume penjualan suatu produk akan mempengaruhi jumlah produksi produk tersebut. Pada saat yang sama, volume produksi juga mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

2.4.3 Laba Target

Laba target atau laba yang diinginkan perusahaan menurut Sulastiningsih dan Zulkifli (2006:228)^[17] “untuk mewujudkan laba target ini perusahaan harus mampu menghasilkan *customer value*.” Dalam rangka *balanc-score card*, kinerja finansial dapat tercapai, jika perusahaan mampu menghasilkan *customer value* atau menghasilkan produk yang mengandung nilai bagi *customer*. Menurut Sulastiningsih dan Zulkifli (2006:228)^[17] “*customer value* ini dapat diwujudkan jika perusahaan mampu menciptakan proses bisnis internal yang berkualitas.” menurut Sulastiningsih dan Zulkifli (2006:228)^[17] “proses bisnis yang bebas cacat akan terwujud jika perusahaan mempunyai pegawai yang dapat diperdayakan secara optimal.

2.5 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu ini diharapkan peneliti dapat melihat perbedaan antara penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, juga diharapkan penelitian ini dapat diperhatikan mengenai kekurangan dan kelebihan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang di lakukan. Adapun hasil penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu

N O	NAMA PENELITI (TAHUN)	JUDUL PENELITIAN	ALAT ANALISIS	HASIL PENELITIAN
1	Avinda Martha Oktaviantri (2019)	Analisis <i>Target Costing</i> Sebagai Upaya Peningkatan Laba Usaha Untuk Produksi Gethuk Pisang (Studi pada Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu	Metode analisis data: Deskriptif kuantitatif Data: primer dan sekunder Teknik pengumpulan data: observasi, wawancara	Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa <i>Home Industry</i> Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dapat menerapkan metode <i>target costing</i> melalui proses rekayasa niali. Pengaruh penerapan metode <i>target costing</i> cukup efektif sehingga laba yang diinginkan pemilik usaha

		Kediri)	dan dokumentasi.	dapat tercapai. <i>Home Industry</i> Gethuk Pisang Sari Madu Kediri menargetkan laba sebesar 5% dari penjualan gethuk pisang. Dari perhitungan sebelum menggunakan metode target costing perusahaan memperoleh laba sebesar 3% untuk penjualan gethuk pisang. Akan tetapi setelah menerapkan metode <i>target costing</i> melalui proses rekayasa nilai perusahaan dapat mencapai laba sesuai yang ditargetkan bahkan lebih tinggi yaitu sebesar 6% untuk penjualan gethuk pisang
2	Nadia Faiza (2018)	Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Pengendalian	Metode analisis data: Deskriptif kuantitatif	1. Berdasarkan hasil perhitungan mengenai penerapan <i>target costing</i> yang telah dibandingkan

		<p>Biaya Produksi (Studi Kasus Mebel Ud. Sumber Rejeki)</p>	<p>Metode pengumpulan data: observasi dan wawancara</p>	<p>dengan sebelum menggunakan perhitungan metode <i>target costing</i> hasil yang didapat mengalami perubahan yang secara signifikan dari sebelum menggunakan metode <i>target costing</i>. Dengan metode <i>target costing</i> terbukti untuk proses pengendalian biaya yang bisa digunakan untuk menaikkan kembali omset penjualan yang mengalami proses penurunan. Penurunan harga yang terjadi pada saat menggunakan metode <i>target costing</i> yakni sekitar 15%- 20%</p> <p>2. Menggunakan proses perhitungan <i>target costing</i> dapat efektif untuk proses pengendalian biaya produksi</p>
--	--	---	---	--

				<p>pada mebel Sumber Rejeki agar omset penjualan kembali mengalami kenaikan secara signifikan.</p> <p>3.Keberhasilan menggunakan <i>Target Costing</i> pada penerapan pengendalian biaya yang telah dilakukan dalam rangka mengurangi biaya produksi dengan metode ini Sumber Rejeki dapat menekan biaya produksi yang akan digunakan dalam proses pembuatan produk.</p>
3	Kumalasari (2016)	Penerapan Sistem <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk	Metode analisis data: deskriptif kuantitatif Data: primer Metode pengumpulan	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode <i>target costing</i> lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini dan juga

		Peningkatan Laba.	data: wawancara dan dokumentasi	merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan untuk menekankan biaya produksinya, dimana dengan penerapan <i>target costing</i> maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya sebesar 25% hingga 30% dari biaya yang dikeluarkan sebelum menggunakan metode <i>target costing</i> .
4	Khasanah Rosiatul (2017)	Analisis Penerapan Metode Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Memaksimalkan Laba.	Metode analisis: Deskriptif Kuantitatif Data: primer dan sekunder Metode pengumpulan data: wawancara dan	Berdasarkan dari hasil yang ada di pembahasan dan perhitungan, maka penulis menarik kesimpulan bahwa, <i>target costing</i> menurunkan biaya yang dikeluarkan perusahaan sebelumnya untuk kecap kuda terbang botol kecil yang semula Rp3.781,24 menjadi Rp3.584,75 dan

			dokumentasi	meningkatkan laba perusahaan sebesar 15% yang sebelumnya dibawah 15%.
5	Henditia Wahyu Kumalasari (2015)	Penerapan Sistem Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Mengoptimalkan Laba”	Teknik analisis data: metode deskriptif kuantitatif Data: Primer dan sekunder Metode Penumpulan data: Observasi, wawancara dan dokumentasi	Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan <i>target costing</i> pada usaha dagang Tiga Putra lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan dimana dengan penerapan <i>target costing</i> maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya sebesar 25% hingga 30% dari biaya yang dikeluarkan sebelum menggunakan metode <i>target costing</i> .

Sumber : Data diolah, 2021

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat pada usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid yang beralamat di Jalan Sultan Agung No.13 Rt.01/Rw.04 Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah

3.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan, terhitung dari bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2021.

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Data Kualitatif

Data kualitatif menurut Suliyanto (2005: 134) ^[18] yaitu data dalam bentuk kata-kata atau bukan bentuk angka. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan pemilik usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid seperti gambaran mengenai profil perusahaan Telur Asin Panggang Pak Rosid.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif menurut Suliyanto (2005: 135) ^[18] yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data penjualan dan perhitungan biaya produksi yang dilakukan perusahaan dalam memperoleh laba.

3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data Primer menurut Suliyanto (2005: 131) ^[18] adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, atau dengan kata lain data yang pengumpulannya dilakukan sendiri oleh peneliti secara langsung seperti hasil wawancara. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil wawancara kepada narasumber yaitu pemilik usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Suliyanto (2005: 132) ^[18] adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti data-data perusahaan yang diukur dalam satuan volume dan

satuan uang, antara lain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut :

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2014:145)^[18], yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada instansi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan Tugas Akhir ini.

2. Wawancara

Menurut Suliyanto (2004:137)^[17], yaitu teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian Tugas Akhir ini.

3. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2012:291)^[18], merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan

sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini yang dapat menunjang dalam penyusunan Tugas Akhir.

3.6 Analisis Data

Analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian (Sugiyono : 2017)^[19]. Pada penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kuantitatif yang merupakan suatu penelitian yang mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala, dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis, serta akurat. Setelah diperoleh data yang berhubungan dengan permasalahan yang ada, maka data tersebut akan dianalisis melalui tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan membuang yang tidak perlu (Sugiyono : 2017)^[19].

Dalam penelitian ini akan melakukan pengamatan langsung untuk melihat proses produksi dari awal hingga akhir. Dikarenakan pada usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid untuk laporan keuangannya masih kurang lengkap kemudian mencatat informasi yang diperlukan untuk melengkapi data.

2. Penyajian Data

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajiakan data, yaitu:

- a. Melakukan analisa proses produksi, hal ini dilakukan agar dapat memahami proses produksi secara menyeluruh akan produk yang dianalisa dengan harapan lebih akuratnya pembagian komponen biaya dalam perhitungan selanjutnya.
- b. Melakukan analisa harga, terdiri dari harga yang berlaku saat ini di usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid tersebut.
- c. *Implementasi target costing*, dilakukan dengan cara:
 - 1) Menentukan target harga jual produk dengan melihat harga pasar dan daya beli konsumen.
 - 2) Menentukan target laba yang diharapkan oleh perusahaan.
 - 3) Menentukan besarnya *target costing*.

$$\text{Target Costing} = \text{Harga Jual} - \text{Laba}$$
 - 4) Melakukan rekayasa nilai, yaitu pengurangan biaya produksi. Dengan adanya rekayasa nilai diharapkan dapat menurunkan biaya variabel per unit produk.
- d. Melakukan perbandingan antara laba awal yang diperoleh perusahaan dengan laba setelah implementasi *target costing*.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kuantitatif adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal adalah bersifat sementara, dan akan berubah apabila ditemukan bukti-bukti yang kuat. Tetapi apabila kesimpulan yang ditemukan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten

saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang ditemukan merupakan kesimpulan yang kredibel atau terpercaya (Sugiyono : 2017)^[19].

Dalam tahapan ini semua data yang didapat akan disimpulkan dengan mengacu kepada data yang diperoleh di lapangan. Dari kesimpulan yang telah ada dapat dijadikan masukan atau pertimbangan bagi pemili usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid dalam upaya meningkatkan laba usahanya.

BAB IV
METODE PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis Metode Manual Menurut Perusahaan

Perhitungan Biaya Produksi dengan Menggunakan Metode Manual Menurut Perusahaan Tahun 2020:

1. Biaya Bahan Baku

Berdasarkan hasil data yang didapatkan melalui wawancara dengan pemilik usaha yaitu pada hari Rabu tanggal 19 Mei 2021 penjualan telur asin pada tahun 2020 mencapai 370.475 butir yaitu 17.155 butir telur asin panggang, 178.485 butir telur asin asap, dan 174.835 butir telur asin rebus.

Tabel 4.1

Hasil Penjualan Telur Asin Panggang Pak Rosid

Tahun 2020

T _a		Tahun 2020		
Jenis Telur Asin		Penjualan (Butir)	Harga per (Butir)	Total
Telur Panggang	Asin	17.155	Rp3.900,-	Rp66.904.500,-
Telur Asin Asap		178.485	Rp3.900,-	Rp696.091.500,-
Telur Asin Rebus		174.835	Rp3.700,-	Rp646.889.500,-
Total				Rp1.409.885.500,-

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan data-data yang didapatkan melalui wawancara dengan pemilik usaha yaitu pada hari Rabu tanggal 19 Mei 2021 diketahui bahwa bahan baku pembuatan telur asin adalah telur bebek sebanyak 370.475 butir/tahun dengan harga Rp2000,-/butir, jadi totalnya Rp740.950.000,-/tahun.

Tabel 4.2

Biaya Bahan Baku Menggunakan Metode Manual

Tahun 2020

Bahan Baku	Jumlah/ Tahun	Harga	Jumlah/Tahun
Telur bebek	370.475	Rp2.000,-	Rp740.950.000,-
Total			Rp740.950.000,-

Sumber: Data Diolah, 2020

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Telur Asin Panggang Pak Rosid memiliki 5 orang karyawan, terdiri dari 4 orang karyawan di toko Telur Asin Panggang Pak Rosid dan 1 orang karyawan jaga stand di Rest Area KM 260B Banjaratma, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Di toko terdapat 4 orang karyawan yaitu terdiri dari 3 orang karyawan di bagian produksi dan 1 orang di bagian kasir untuk melayani pembeli. Menurut hasil pengamatan penulis gaji semua karyawannya sama rata yaitu Rp1.250.000,-/bulan. Jadi, Pak Rosid mengeluarkan

biaya gaji untuk 4 orang karyawan sebesar Rp60.000.000,-
/tahunnya.

Tabel 4.3

Daftar Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tahun 2020

Jumlah karyawan	Gaji/Bulan	Jumlah/Tahun
4	Rp5.000.000,-	Rp60.000.000,-
Total		Rp60.000.000,-

Sumber: Data Diolah, 2020

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan oleh Telur Asin Panggang Pak Rosid adalah sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Penolong

Dalam proses produksi 370.475 butir telur asin bahan penolong yang diperlukan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4

Biaya Bahan Penolong

Tahun 2020

Nama Bahan	Pemakaian	Harga	Total	Biaya
	Per Tahun		Pemakaian/Tahun	
Garam beriodium (merk Dolpin)	15.330 kg	Rp5000,-	Rp76.650.000,-	

Batu bata	3.650 kg	Rp9000,-	Rp 32.850.000,-
Halus			
Abu gosok	7.300 kg	Rp7.500,-	Rp54.750.000,-
Minyak tanah	1.460 liter	Rp15.000,-	Rp 21.900.000,-
Gas Elpiji 3kg	1.095 gas	Rp23.000,-	Rp 25.185.000,-
<hr/>			
Total			Rp211.355.000,-

Sumber: Data Diolah,2020

2. Biaya Listrik, Air dan Telepon

Usaha yang dimiliki Pak Rosid masih industri rumahan, oleh karena itu biaya listrik, telepon dan air jadi satu dengan rumah pemilik. Biaya yang dikeluarkan setiap bulan yaitu sebesar Rp250.000,- jadi, pemilik usaha mengeluarkan biaya listrik, telepon dan air sebesar Rp3.000.000,-/tahunnya.

3. Biaya Kemasan

Untuk mempercantik produknya dan memudahkan konsumen atau pelanggan Telur Asin Panggang Pak Rosid mengeluarkan biaya kemasan. Kemasan tersebut berupa dus yang dicetak berlabel perusahaan. Untuk 1 dus berisi 10 butir telur asin. Biaya kemasan yang dikeluarkan untuk 370.475 butir telur asin adalah 37.075 dus dan harga 1 dus Rp1000,-. Jadi Telur Asin Panggang Pak Rosid mengeluarkan biaya kemasan sebesar Rp37.075.000,-/tahunnya.

Tabel 4.5
Biaya Kemasan
Tahun 2020

Nama Kemasan	Jumlah/ Tahun	Harga	Jumlah/tahun
Dus	37.075	Rp1000,-	Rp37.075.000
Total			Rp37.075.000

Sumber: Data Diolah, 2020

4. Biaya Lain-lain

Biaya lain-lain yang dikeluarkan oleh pemilik usaha yaitu berupa uang sumbangan. Di setiap harinya ada beberapa orang yang meminta sumbangan, baik pengemis maupun sumbangan yang lain. Pemilik usaha mengeluarkan biaya sumbangan per bulannya sebesar Rp30.000,-. Jadi totalnya Rp.360.000,-/tahunnya.

Berdasarkan rincian biaya *overhead* pabrik diatas, daftar secara ringkas biaya tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Biaya *Overhead* Pabrik
Tahun 2020

Jenis Biaya	Jumlah/Tahun
Biaya Bahan Penolong	Rp211.335.000,-
Biaya Listrik, Telepon dan Air	Rp3.000.000,-
Biaya Kemasan	Rp37.075.000,-
Biaya Lain-lain	Rp 360.000,-
Total	Rp251.770.000,-

Sumber: Data Diolah, 2020

Pemilik usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid sebaiknya melakukan pencatatan laba rugi agar mengetahui pendapatan yang diperoleh dalam satu tahun. Berikut adalah rekomendasi laporan laba rugi dari penulis yang dapat digunakan acuan oleh pemilik usaha:

Tabel 4.7
Laporan Laba Rugi Sebelum *Target Costing*
Tahun 2020

Telur Asin Panggang Pak Rosid	
Laporan Laba Rugi	
Tahun 2020	
Penjualan	Rp1.409.885.500,-
Dikurangi:	
Harga Pokok Penjualan:	
BBB	(Rp740.950.000,-)
BTKL	(Rp 60.000.000,-)
BOP	(Rp 251.770.000,-)
	(Rp1.052.720.000,-)
Laba Kotor Atas Penjualan	Rp357.165.500,-
Dikurangi:	
Biaya Lain-lain	(Rp360.000,-)
Laba Bersih Atas Penjualan	Rp356.805.500,-

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan perhitungan laba rugi tersebut dapat diketahui bahwa laba yang telah teralisasi oleh usaha tersebut hanyalah sebesar 25% dari total penjualan 370.475 butir telur asin. Berikut perhitungannya:

$$\text{Presentase Laba} = \frac{\text{Laba}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$



$$\begin{aligned} \text{Presentase Laba} &= \frac{\text{Rp}356.805.500}{\text{Rp}1.409.885.500} \times 100\% \\ &= 25\% \end{aligned}$$

Sedangkan pemilik ingin usahanya dapat memiliki laba yang lebih tinggi lagi yaitu meningkat sampai 35% atau lebih. Dari keinginan tersebut penulis memberi alternatif untuk menggunakan metode *target costing* dalam penelitian ini yang bertujuan untuk perhitungan biaya produksinya seperti yang akan diuraikan lebih dalam pada pembahasan selanjutnya.

4.1.2 Analisis Metode *Target Costing* pada Produksi Telur Asin Panggang Pak Rosid

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa *target costing* dapat digunakan sebagai penentu harga jual yang terpusatkan pada pengurangan biaya produksi. Pada bagian ini peneliti akan menganalisa bagaimana tahapan-tahapan implementasi metode *target costing* yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Menentukan harga jual yang kompetitif di pasaran.
2. Menentukan laba yang diharapkan.
3. Menetapkan target biaya atau *target costing*.

4. Melakukan rekayasa nilai yaitu dengan cara pengurangan biaya produksi untuk menghasilkan *target costing* yang diinginkan. Berikut penjelasannya:

1. Analisa Harga Pasar

Analisa harga pasar ini dilakukan untuk mengetahui daya saing yang dimiliki oleh Telur Asin Panggang Pak Rosid. Harga pesaing produsen telur asin yang berada di sekitar wilayah kota Brebes tidak memiliki perbedaan yang begitu signifikan. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Pak Rosid saat wawancara pada tanggal 22 Mei 2021 yaitu:

“Harga telur asin dari toko lain yang saya ketahui yaitu harga telur asin panggang Rp4.200,-, telur asin asap Rp4.100,-, telur asin rebus Rp3.800,-. Lalu ada 1 toko lagi yang saya ketahui harga telur asin panggang Rp3.500,-, telur asin asap Rp3.400,-, telur asin rebus Rp3.000,-. Jadi harga telur asin yang saya jual dikatakan masih bisa bersaing dengan harga telur asin yang lainnya”.

Agar lebih memperkuat penjabaran Pak Rosid, Penulis juga melakukan observasi ke pusat oleh-oleh yang menjual beraneka ragam merk telur asin. Dan mendapatkan daftar harga pesaing sesuai yang dijabarkan oleh salah satu

karyawan yang bekerja dipusat oleh-oleh tersebut pada tanggal 23 Mei 2021 yaitu:

“Harga disini beragam kok mba, ada telur asin panggang Rp4.200,-, telur asin asap Rp4.100,-, telur asin rebus Rp3.800,-”.

Berikut ini perbandingan harga telur asin dengan telur asin milik Pak Rosid yang didapatkan sesuai penjelasan Pak Rosid dan juga karyawan pusat oleh-oleh lain:

Tabel 4.8

Daftar Harga Telur Asin Pesaing

Tahun 2020

Nama Pemilik Usaha	Produk	Jenis/Harga	Nama Produk Pesaing	Jenis/Harga
Telur Panggang Pak	Asin	Asap Rp3.900	Telur Asin YES Brebes	Asap Rp4.100
				Panggang Rp4.200
				Rebus Rp3.800

Rosid	Rp3.900	Telur Asin	Asap
	Rebus	Eni Jaya	Rp3.400
	Rp3.700		Panggang
			Rp3.500
			Rebus
			Rp3.000

Sumber: Hasil Wawancara

Dapat diketahui berdasarkan tabel 4.8 terdapat perbedaan harga jual antara Telur Asin Panggang Pak Rosid dengan harga jual yang ditawarkan oleh pesaing di pusat oleh-oleh. Dimana jika dibandingkan dengan Telur Asin YES Brebes, Telur Asin Panggang Pak Rosid masih memiliki harga yang cukup untuk bersaing. Akan tetapi, jika dibandingkan dengan harga Telur Asin Eni Jaya harga yang ditawarkan Telur Asin Panggang Pak Rosid lebih unggul.

Dari hasil pengamatan yang penulis lakukan, persaingan pasar lebih memusatkan harga yang murah dengan kualitas yang tetap baik. Sehingga dari adanya kemampuan pasar tersebut, pemilik usaha Telur Asin

Panggang Pak Rosid dihadapkan pada pilihan agar dapat bersaing antara menurunkan harga jual atau tetap bertahan pada harga dan kualitas produk saat ini.

2. Target Laba

Target laba yang diinginkan oleh pemilik usaha adalah meningkat 13% dari harga jual telur asin asap dengan harga Rp3.900,- per butir, telur asin panggang dengan harga Rp3.900,- per butir dan telur asin rebus dengan harga Rp3.700,- per butir. Dengan target laba yang diinginkan sebelumnya, maka pemilik usaha harus dapat mengelola usahanya dengan biaya produksinya. Pemilik usaha mengaku bahwa masih kesulitan dalam mencapai biaya yang direncanakan tersebut dikarenakan kurangnya pertimbangan pada biaya produksi. Di sisi lain banyaknya pesaing yang ada di pasaran dapat menimbulkan kesulitan tersendiri bagi Pak Rosid selaku pemilik usaha yakni dalam mencapai target laba yang diinginkan.

3. Menentukan *Target Costing*

Target costing diartikan sebagai sistem dimana penentuan harga produk sesuai dengan target yang diharapkan sebagai dasar penentuan harga jual untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan.

Atau juga dapat diartikan penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela untuk membayarnya (Witjaksono, 2013)^[6]. Berdasarkan artian tersebut maka *target costing* dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$TC = P - M$$

Keterangan:

TC = *Target Costing*

P = *Price* (Harga Jual)

M = Laba

Apabila formula itu diimplementasikan pada usaha

Telur Asin Panggang Pak Rosid, maka:

$$TC = P - M$$

$$TC = \text{Rp}1.409.885.500 - (25\% \times \text{Rp}1.409.885.500)$$

$$TC = \text{Rp}1.409.885.500 - \text{Rp}352.471.375,-$$

$$TC = \text{Rp}1.057.414.125,-$$

Berdasarkan perhitungan dengan formula di atas penentuan *target costing* dapat diperoleh sebesar Rp Rp1.057.414.125,-.

4. Rekayasa Nilai

Pada tahap ini, penulis akan melakukan efisiensi atau penghematan biaya agar dapat memenuhi *target costing* yang sesuai dengan laba yang diinginkan oleh pemilik usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid. Oleh sebab itu penulis memberi alternatif yang dapat digunakan dalam mengambil kebijakan yang dapat dijadikan alat untuk mencapai penghematan biaya.

Berdasarkan penjelasan di atas maka biaya produksi mengalami perubahan untuk menghasilkan 370.475 butir telur asin. Berikut ini penjelasan perubahan yang dialami:

1. Efisiensi Biaya pada Bahan Baku Langsung

Bahan baku telur asin adalah telur bebek. Dimana Pak Rosid yang membeli telur bebek melalui *supplier*. Penulis menyarankan untuk membeli langsung dari peternak bebek, karena jika membeli langsung dari peternak bebek harga akan jauh lebih murah dibandingkan jika membeli melalui *supplier*. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Pak Rosid saat wawancara pada tanggal 19 Mei 2021 yaitu:

“Untuk bahan baku sendiri saya membeli melalui supplier mba, sudah langganan dari dulu”.

Data yang diperoleh berdasarkan penjelasan diatas mengalami perubahan dalam rekayasa nilai dan berdampak pada biaya bahan baku langsung yang dibutuhkan untuk memproduksi 370.475 butir telur asin, yaitu:

Tabel 4.9

Biaya Bahan Baku Langsung Menggunakan
Rekayasa Nilai (*Target Costing*)
Tahun 2020

Bahan Baku	Jumlah/ Tahun	Harga	Jumlah/Tahun
Telur bebek	370.475	Rp1.600,-	Rp592.760.000,-
Total			Rp592.760.000,-

Sumber: Data Diolah Penulis

2. Efisiensi Waktu Pada Tenaga Kerja Langsung

Karyawan yang dimiliki usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid adalah sebanyak 5 orang karyawan. Dimana 3 orang karyawan dibagian produksi, 1 orang karyawan dibagian kasir dan 1 orang karyawan lagi jaga stand di Rest Area KM 260B Banjaratma, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Menurut pengamatan saat penulis melakukan

observasi, bagian paling berat terdapat pada bagian produksi. Seharusnya agar waktu tidak terbuang sia-sia, karyawan pada bagian kasir ini bisa merangkap atau membantu pada bagian produksi agar tidak ada kecemburuan atas upah yang diterima. Hal ini juga berdampak positif yaitu mengakibatkan produktifitas yang tinggi dalam proses produksi telur asin itu sendiri.

3. Efisiensi Biaya pada Biaya Bahan Penolong (Garam, Batu Bata Halus dan Abu Gosok)

Biaya *Overhead* Pabrik terdiri dari biaya bahan penolong, biaya listrik, telepon dan air, dan biaya kemasan. Dalam biaya bahan penolong dilakukan rekayasa nilai seperti membeli bahan penolong yaitu contohnya garam beryodium (merk Dolpin), batu bata halus, dan abu gosok seharusnya pemilik membeli di toko yang menjual lebih murah lagi. Seperti pengamatan penulis di salah satu toko yang lebih murah, seperti garam beryodium cap kapal dengan harga Rp3.900,- per kilogram nya.

Misalnya juga batu bata halus, pemilik dapat membeli di toko yang menjual lebih murah dengan harga Rp7.000,- per kilogram nya, dan juga abu gosok

pemilik dapat membeli di toko lain yang juga menjual lebih murah dengan harga Rp5.500,-. Maka diperoleh perubahan data seperti berikut ini:

Tabel 4.10

Biaya Bahan Baku Penolong Menggunakan Rekayasa

Nilai (*Target Costing*)

Tahun 2020

Nama	Jumlah/ Tahun	Harga	Jumlah/Tahun
Bahan Baku			
Garam	15.330	Rp3.900,-	Rp59.787.000,-
Beryodium (Cap Kapal)	kg		
Batu Bata	3.650	Rp7000,-	Rp25.550.000,-
Halus	kg		
Abu Gosok	7.300	Rp5.500,-	Rp40.150.000,-
	kg		
Minyak	1.460	Rp15.000,-	Rp21.900.000,-
Tanah	liter		
Gas Elpiji	1.095	Rp23.000,-	Rp25.185.000,-
3kg	gas		
Total			Rp172.572.000,-

Sumber: Data Diolah, 2020

Rekayasa nilai yang dilakukan sesuai uraian di atas berdampak pada perubahan biaya *overhead* pabrik. Berikut perubahan yang terjadi setelah melakukan rekayasa nilai:

Tabel 4.11

Biaya *Overhead* Pabrik Setelah dilakukan Rekayasa

Nilai (*Target Costing*)

Tahun 2020

Jenis Biaya	Jumlah/Tahun
Biaya Bahan Baku	Rp172.572.000,-
Penolong	
Biaya Listrik, Telepon dan Air	Rp 3.000.000,-
Biaya Kemasan	Rp37.075.000,-,
Biaya Lain-lain	Rp 360.000,-
Total	Rp213.007.000,-

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan penjelasan di atas maka diketahui bahwa total biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan telah berubah. Dimana awalnya sejumlah Rp251.770.000,- berubah menjadi Rp213.007.000,- dalam memproduksi telur asin pada tahun 2020.

Maka apabila Telur Asin Panggang Pak Rosid menggunakan alternatif yang disarankan penulis maka biaya produksi yang dikeluarkan akan mengalami perubahan seperti berikut ini:

Tabel 4.12

Biaya Produksi Setelah Menggunakan Rekayasa Nilai

(*Target Costing*)

Tahun 2020

Jenis Biaya	Jumlah/Tahun
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp592.760.000,-
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 60.000.000,-
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp 213.007.000,-
Total	Rp865.767.000,-

Sumber: Data Diolah Penulis

Berdasarkan tabel 4.12 tentang biaya produksi setelah dilakukan rekayasa nilai, maka usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid untuk menghasilkan 370.475 butir telur asin harus mengeluarkan biaya produksi sejumlah Rp865.767.000,-. Jumlah ini jauh berbeda dengan perhitungan *target costing* dengan menggunakan formulasi penjelasan sebelumnya, dimana hasil yang diperoleh yaitu sebesar

Rp1.052.720.000,-. Berbeda apabila pemilik usaha tetap menggunakan metode manual. Berikut perbedaan uraian biaya produksi antara metode manual dan metode *target costing* untuk memproduksi 370.475 butir telur asin:

Tabel 4.13

Perbedaan Biaya Produksi Setelah dilakukan Rekayasa

Nilai (*Target Costing*)

Tahun 2020

Biaya	Metode		Selisih
	Manual	<i>Target Costing</i>	
BBB	Rp740.950.000,-	Rp592.760.000,-	
BTKL	Rp 60.000.000,-	Rp 60.000.000,-	
BOP	Rp 251.770.000,-	Rp213.007.000,-	
Jumlah	Rp1.052.720.000,-	Rp865.767.000,-	Rp186.953.000,-

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 perbedaan atau perbandingan antara jumlah biaya produksi menggunakan metode manual sebesar Rp1.052.720.000,- dengan menggunakan metode *target costing* sebesar Rp865.767.000,- menunjukkan selisih sebesar Rp186.953.000,-. Dimana terbukti dengan

menggunakan metode *target costing* dapat lebih menguntungkan apabila diimplementasikan dalam perhitungan biaya produksi. Selisih tersebut akan mempengaruhi pada laporan laba rugi yang diperoleh oleh usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid.

Berikut perbandingan penyajian laporan laba rugi sebelum dan sesudah melakukan *target costing*.

Tabel 4.14

Perbandingan Laba Rugi Sebelum dan Sesudah Rekayasa

Nilai (*Target Costing*)

Tahun 2020

Telur Asin Panggang Pak Rosid		
Laporan Laba Rugi		
Tahun 2020		
	Sebelum	Sesudah
Penjualan	Rp1.409.885.500,-	Rp1.409.885.500,-
Dikurangi:		
Harga Pokok Penjualan	(Rp1.052.720.000,-)	(Rp865.767.000,-)
Laba Kotor	Rp357.165.500,-	Rp544.118.500,-

Atas

Penjualan

Dikurangi:

Biaya (Rp.360.000,-) (Rp.360.000,-)

Lain-lain

Laba Rp356.805.500,- Rp543.758.500,-

Bersih

Sumber: Data Diolah, 2020

Setelah dilakukan rekayasa nilai berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat menjadi pilihan dari metode *target costing*. Untuk itu, pemilik usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid dapat merencanakan kembali biaya yang dikeluarkan. Dimulai dari memilih biaya produksi yang dapat meminimalisir pengeluaran biaya sampai dapat memberi alternatif biaya produksi yang lebih rendah tetapi tidak merusak atau bahkan menurunkan kualitas produk. Sehingga pemilik usaha dapat menggunakan metode *target costing* sebagai metode untuk meningkatkan laba sesuai yang diharapkan.

Apabila pemilik usaha menggunakan metode *target costing* berdasarkan tabel 4.13 dan tabel 4.14 akan menghemat biaya produksi sebesar Rp186.953.000,- dalam memproduksi 370.475 butir telur asin. Yang mana

saat masih menggunakan metode manual pemilik usaha membutuhkan biaya sebesar Rp1.052.720.000,- dalam penjualan 370.475 butir telur asin. Berbeda setelah menggunakan *target costing* pemilik usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid dapat menghemat biaya produksi menjadi Rp865.767.000,- dalam penjualan 370.475 butir telur asin. Dapat dikatakan juga dengan menerapkan *target costing* pemilik usaha akan memperoleh laba yang diharapkan dari yang awalnya sebesar 25% menjadi 38% dari penjualannya. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Pak Rosid saat wawancara pada tanggal 24 Mei 2021 yaitu:

“Saya mengharapkan labanya bisa mengalami peningkatan lah mba sampai 35% atau lebih”.

Berikut perbandingan presentase laba ketika menggunakan metode manual dengan menggunakan metode *target costing*:

Tabel 4.15

Perbandingan presentase Laba Sebelum dan Sesudah

Target Costing

Tahun 2020

Laba sebelum <i>target costing</i>	Laba sesudah <i>target costing</i>	Kesimpulan

Presentase laba	Presentase laba	Dari presentase laba sebelum <i>target costing</i> dan sesudah <i>target costing</i> dapat disimpulkan bahwa dengan menerapkan metode <i>target costing</i> dengan alternatif rekayasa nilai menunjukkan bahwa penerapan <i>target costing</i> lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan perusahaan selama ini.
$\frac{sih}{an} \times 100\%$	$\frac{sih}{an} \times 100\%$	
$\frac{1.500}{5.500} \times 100\%$	$\frac{3.500}{5.500} \times 100\%$	
25%	38%	

Jadi sesuai dengan perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa laba dari penjualan telur asin mengalami peningkatan sebesar 13% dari yang awalnya sebesar 25% naik menjadi 38%. Maka dengan menerapkan metode *target costing* akan lebih efisien dalam upaya peningkatan laba usaha.

4.1.3 Perbandingan Perhitungan Biaya Produksi Telur Asin Panggang Pak Rosid antara Metode Manual dan Metode *Target Costing*

Perhitungan biaya produksi dan laba perusahaan pada pembahasan sebelumnya dapat dijadikan dasar untuk melakukan analisis perbandingan antara metode manual perusahaan dengan metode *target costing*. Perbandingan dari

kedua metode tersebut dapat dilihat pada tabel 4.16 sebagai berikut:

Tabel 4.16

Perbandingan Biaya Produksi antara Metode Manual Dengan Metode *Target Costing*

Keterangan	Metode Manual Perusahaan	Metode <i>Target Costing</i>
Biaya Produksi	Rp1.052.720.000,-	Rp865.767.000,-
Laba Perusahaan	25%	38%

Sumber: Data Diolah,2020

Dengan menggunakan metode manual dan dengan metode *target costing* melalui rekayasa nilai, yang menunjukkan bahwa total biaya produksi yang dikeluarkan oleh Telur Asin Panggang Pak Rosid dengan menggunakan metode manual sebesar Rp1.052.720.000,- sedangkan menggunakan metode *target costing* sebesar Rp865.767.000,-. Dengan penerapan metode *target costing* melalui rekayasa nilai ini maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya produksi, selisih yang perusahaan dapat setelah menerapkan metode *target costing* adalah sebesar Rp186.953.000,-. Pengaruh penerapan metode *target costing* terhadap peningkatan laba pada usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid dapat dilihat berdasarkan hasil penelitian bahwa

sebelum menggunakan metode *target costing* laba yang diperoleh perusahaan sebesar 25%, sedangkan setelah menggunakan metode *target costing* melalui rekayasa nilai laba yang diperoleh perusahaan meningkat menjadi 38%.

4.2 Pembahasan

Setelah melakukan perhitungan biaya produksi seperti yang sudah dijelaskan diatas, maka usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid masih dikatakan belum efisien, hal tersebut dapat dilihat dari biaya bahan baku dan biaya *overhead* pabrik yang masih dapat diefisienkan lagi. Untuk itu perusahaan dapat menerapkan metode *target costing* dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk peningkatan laba. Kendala yang sering terjadi saat penerapan *target costing* yaitu dibutuhkannya wawasan mengenai biaya bahan baku dan biaya *overhead* pabrik. Jika kendala tersebut berhasil dihadapi maka perusahaan dapat memperoleh laba yang diinginkan. Pada biaya bahan baku masih langganan dengan *supplier* sehingga untuk harganya masih dikatakan kurang efisien. Untuk biaya *overhead* pabrik terutama pada biaya bahan penolong juga masih bisa diefisienkan lagi, pengusaha dapat mencari atau membeli bahan penolong seperti garam beryodium, batu bata halus dan abu gosok dengan kualitas sama namun memiliki nilai jual yang lebih rendah. Dengan begitu efisiensi dalam penggunaan biaya produksi dapat ditingkatkan. Dengan penerapan metode *target costing* melalui rekayasa nilai perusahaan dapat melakukan efisien terhadap biaya bahan baku dan biaya *overhead* pabrik, sedangkan biaya

tenaga kerja langsung dipertahankan agar tidak terjadinya masalah pada saat penerapan metode target costing. Hal tersebut membuktikan bahwa perhitungan dengan menggunakan metode *target costing* lebih efisien dibandingkan dengan metode manual yang digunakan oleh perusahaan. Dengan demikian, tujuan perusahaan dalam penerapan metode *target costing* dalam upaya peningkatan laba dapat tercapai tanpa harus mengurangi kualitas dari produk itu sendiri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid dapat menerapkan metode *target costing* melalui proses rekayasa nilai. Rekayasa nilai dilakukan dengan cara efisiensi biaya bahan baku, efisiensi waktu tenaga kerja langsung, serta pembelian bahan penolong. Usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid menargetkan laba sebesar 35% dari penjualan telur asin. Dari perhitungan sebelum menggunakan metode *target costing* perusahaan memperoleh laba sebesar 25% untuk penjualan telur asin. Akan tetapi setelah menerapkan metode *target costing* melalui rekayasa nilai dengan cara efisiensi biaya produksi perusahaan dapat mencapai laba sesuai yang ditargetkan bahkan lebih tinggi yaitu 38% untuk penjualan telur asin. Maka terbukti bahwa penerapan metode *target costing* cukup efisien sehingga laba yang diinginkan pemilik usaha dapat tercapai.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Usaha Telur Asin Panggang Pak Rosid

Untuk menerapkan metode *target costing* sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan laba usahanya pemilik usaha dapat melakukan penghematan biaya dalam proses produksi telur asin melalui rekayasa nilai dengan cara efisiensi biaya produksi. Efisiensi biaya produksi yang dimaksud berupa pembelian telur bebek melalui *supplier* diganti dengan membeli langsung kepada peternak bebek, dapat membeli bahan penolong seperti garam beryodium, batu bata halus dan abu gosok ke toko lain dengan kualitas yang sama namun memiliki nilai jual yang lebih rendah. Dengan demikian efisiensi dalam penggunaan biaya produksi dapat ditingkatkan dan laba yang diinginkan dapat tercapai.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Agar lebih memberikan variasi dalam penerapan metode *target costing* dalam penelitian dengan menggunakan objek penelitian dan variabel-variabel yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

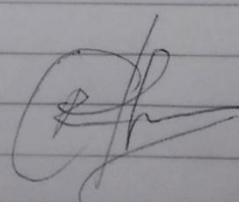
- [1] Pendajaya dan Himawan. (2005). *Penerapan Metode Costing Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Mengoptimalkan Perencanaan Laba* (studi kasus PT XYZ). ESENSI, Vol 8 No.2/2005
- [2] Amri dan Nur Fadila, SE. (2015). *Akuntansi Manajemen Biaya (Target Costing)*.
- [3] Carter, W. (2015). *"Cost Accounting" Cengage Learning Asia Pte Ltd.*
- [4] Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya. UPP STIM YKPN*. Yogyakarta.
- [5] Dunia, F., et al. (2018). *Akuntansi Biaya. Penerbit Erlangga*. Jakarta.
- [6] Witjaksono, A. (2013). *Akuntansi Biaya. Graha Ilmu*. Yogyakarta.
- [7] Salman, K., et al (2016). *Akuntansi Manajemen "Alat Pengukuran dan Pengambilan Keputusan Manajerial"*. Akademia Permata,. Jakarta.
- [8] Salman, K. (2013). *Akuntansi Biaya "Pendekatan Product Costing"*. Akademi Permata. Jakarta.
- [9] Carter , W. (2009). *Akuntansi Biaya "Cost Accounting"*. Salemba Empat, Jakarta.
- [10] Munawir, S., et al. (2002). *Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen untuk Teknologi Maju dan Globalisasi. Edisi 2, cetakan 1, BPF*. Yogyakarta.
- [11] Ahmad Kanaruddin. (2007). *Akuntansi Manajemen Dasar-dasar, Konsep Biaya dan Pengendalian Keputusan. Edisi Revisi ke5, Raja Grafindo Persada*. Jakarta.

- [12] Hansen, Don R., et al. (2009). *Akuntansi Manajerial*, Edisi Delapa. Diterjemahkan oleh Dany Amos Kwary. Jakarta: Salemba Empat.
- [13] Belkoui, A. (2007). *Accounting Theory, Jilid 1 Diterjemahkan Oleh Mawarta* . Jakarta: Salemba Empat.
- [14] Soemarso, S. (2009). *Akuntansi Suatu Pengantar, Edisi kelima*. Jakarta: Salemba Empat
- [15] Harahap, S. (2008). *Teori Akuntansi Edisi Revisi 2008*.
- [16] Kieso, D., et al. (2008). *Intermediate Accounting, Volume 1. Terjemahan Emil Salim, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- [17] Sulastiningsih, dan Zulkifli. (2006). *Akuntansi biaya*. Edisi 2, UPP Stim Ykpn, Yogyakarta.
- [18] Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis. Penerbit Andi*. Yogyakarta.
- [19] Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi R&D. Cetakan Kedua Puluh, Alfabeta*. Bandung.

LAMPIRAN

1. Lampiran Data Penjualan Tahun 2020

Data Penjualan Telor Asin tahun 2020	
Bahan Baku telur Bobok	Jumlah per bulan (Butir)
Januari	50.870
Februari	35.410
Maret	38.638
April	18.589
Mai	15.535
Juni	17.750
Juli	21.538
Agustus	31.673
September	35.815
October	33.532
November	35.651
Desember	35.474
Total	370.475


H. Muhammad Nurosidin

* Biaya Bahan penolong

Garam natrium	15.330 kg	\times Rp. 5.000	= Rp. 76.650.000
Batu Bata halus	3.650 kg	\times Rp. 9.000	= Rp. 32.850.000
Abu Gosok	7.300 kg	\times Rp. 7.500	= Rp. 54.750.000
Minyak Tanah	1.460 L	\times Rp. 15.000	= Rp. 21.900.000
Gas elpiji	1.095	\times Rp. 23.000	= Rp. 25.185.000
			<u>Rp. 211.335.000</u>

* Biaya Listrik, air dan telepon

Rp. 250.000 / Bulan

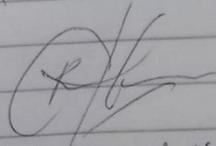
Rp. 250.000 \times 12 = Rp. 3.000.000 / tahun* Biaya Kemasan

1 Dus @ Rp. 1.000

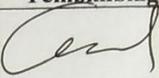
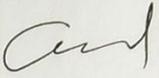
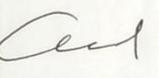
1 Dus = 10 Butir telur asin

37.075 Dus \times Rp. 1.000 = Rp. 37.075.000 / tahun* Biaya gaji karyawan

Rp. 1.250.000 / Bulan

4 karyawan \times Rp. 1.250.000 = Rp. 5.000.000 / bulan12 \times Rp. 5.000.000 = Rp. 60.000.000 / tahun

 H. Muhammad Huroidin

2. Lembar Bimbingan Tugas Akhir

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
1.	Senin 8 Maret 2021	Pengajuan Judul	
2.	Senin 15 Maret 2021	Revisi Judul	
3.	30 / 2021 04	Revisi Alur latar belakang	
4	6 / 05 2021	Acc proposal Siapkan TA Bab I - III	
5	3 / 06, 21	BAB I ACC Bab II - lengkapi referensi - buat kesimpulan - Penetapan terdahulu (simpulkan) Bab III ACC	
	9 / 06, 21	Bab II ACC siapkan bab IV, V	
	24 / 06, 21	Bab IV Revisi (buat data perbandingan) V (caran buat perbandingan)	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)