

Analisis Penerapan *Target Costing* dalam Upaya Mengoptimalkan Perolehan Laba pada UMKM Melvi's Cake

Salimah Salimah

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Korespondensi penulis: salimahsalimah08@gmail.com

Tuti Anggraini

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Kusmilawaty Kusmilawaty

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

Abstract. *Target costing is a cost management planning strategy to reduce costs. This method is done by doing value engineering or eliminating inefficient costs. This study aims to analyze cost management and targeted profit improvement at UMKM Melvi's Cake, so that it can help UMKM Melvi's Cake businesses in planning to increase profits. This type of research is qualitative using descriptive analysis. The object of research is UMKM Melvi's Cake. The data analysis technique used is by analyzing the production process, analyzing product prices with competitors and implementing the target costing method. The results of the study show that the Melvi's Cake MSME business can increase profits by applying the target costing method. The application of target costing is carried out through a value engineering process consisting of the stages of purchasing eggs from one supplier and buying from another, purchasing a cheaper quantity of flour, and reducing packaging costs. Through this process, the company saved costs of Rp. 1,744,000 which previously amounted to Rp. 1,935,000. for the production of celebration cakes or Party Cake every day. With these savings, Melvi's Cake MSME was able to optimize the desired sales profit by 31%, from previously only being able to get a sales profit of 29%.*

Keywords: *Target Costing, Cost Efficiency, Profit*

Abstrak. *Target costing adalah strategi pengelolaan biaya perencanaan untuk mengurangi biaya. Metode ini dilakukan dengan cara melakukan value engineering atau penghapusan biaya yang kurang efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan biaya dan peningkatan laba yang ditargetkan pada UMKM Melvi's Cake, sehingga dapat membantu usaha UMKM Melvi's Cake dalam perencanaan untuk meningkatkan laba. Jenis penelitian adalah kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Objek penelitian adalah UMKM Melvi's Cake. Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan cara menganalisis proses produksi, menganalisis harga produk dengan pesaing dan mengimplementasi metode *target costing*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa usaha UMKM Melvi's Cake dapat meningkatkan laba dengan menerapkan metode *target costing*. Penerapan *target costing* dilakukan dengan melalui proses rekayasa nilai (*value engineering*) yang terdiri dari tahapan pembelian telur di satu *supplier* dan membeli di *supplier* lain, pembelian kuantitas tepung yang lebih murah, dan mengurangi biaya kemasan. Melalui proses tersebut, perusahaan penghematan biaya sebesar Rp. 1.744.000 yang sebelumnya sebesar Rp.1.935.000. untuk produksi kue perayaan atau *Party Cake* setiap hari. Dengan penghematan tersebut, UMKM Melvi's Cake mampu mengoptimalkan laba penjualan yang diinginkan sebesar 31%, dari sebelumnya yang hanya mampu mendapatkan laba penjualan sebesar 29%.*

Kata kunci: *Target Costing, Efisiensi Biaya, Laba*

LATAR BELAKANG

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, terdiri dari usaha mikro, kecil, dan menengah, menyumbang signifikan terhadap total unit usaha di Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), pada tahun 2023 terdapat sekitar 64.197.050 UMKM di Indonesia. UMKM memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja yang menjanjikan, namun dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat di era globalisasi (Mahsunah & Hariyati, 2021). Untuk bertahan, UMKM harus menghasilkan produk dengan kualitas dan harga yang kompetitif, serta memahami kondisi pasar dan konsumen (Arifin et al., 2016). Persaingan pasar yang ketat, khususnya dalam industri kuliner seperti Cake and Bakery, memberikan banyak pilihan produk bagi konsumen. Usaha-usaha seperti Mawar Bakery and Shop dan Clover Bake Shoppe di Medan menunjukkan betapa persaingan antara UMKM semakin ketat. Kedua usaha ini bersaing untuk menarik konsumen dengan produk berkualitas dan pelayanan terbaik (Febrianti, Haerudiin, & Seri, 2022).

Dalam menghadapi persaingan, perusahaan perlu memiliki strategi yang baik. Salah satu strategi adalah mengoptimalkan laba, yang dapat dicapai melalui penetapan harga jual yang tepat (Darmayasa, Nyman, & Iyus, 2019). Penetapan harga jual produk memerlukan analisis pasar, pesaing, dan produksi (Rudianto, 2013). Metode target costing adalah pendekatan yang efektif dalam menetapkan harga jual produk berdasarkan target biaya yang diinginkan oleh perusahaan, memungkinkan perusahaan untuk mencapai laba yang diinginkan tanpa mengorbankan kualitas (Witjaksono, 2013). Penerapan target costing tidak hanya relevan bagi perusahaan besar, tetapi juga bagi UMKM seperti Melvi's Cake di Medan. Melvi's Cake, yang telah terkenal dengan berbagai produk berkualitas tinggi, perlu menerapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan laba. Dengan menerapkan target costing, Melvi's Cake berharap dapat menetapkan harga jual produk yang sesuai dengan target biaya, menjaga kualitas produk, dan memaksimalkan laba (Fitriyah et al., 2020).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan target costing dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi dan laba perusahaan (Arifin et al., 2016; Darmayasa et al., 2019). Namun, penelitian ini akan dilakukan pada Melvi's Cake, berfokus pada implementasi target costing dalam menetapkan harga jual produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan bahwa menerapkan target costing dapat membantu Melvi's Cake dalam mengoptimalkan laba dengan menetapkan harga jual produk yang sesuai dengan target biaya. Dengan demikian, Melvi's Cake dapat mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya dalam industri Cake and Bakery di Medan.

KAJIAN TEORITIS

Menurut UUD 1945 dan TAP MPR N0.XVI/MPR-RI/1998, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran integral dalam ekonomi rakyat untuk mencapai struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Pengertian UMKM telah ditetapkan melalui UU No.9 Tahun 1999, kemudian dimodifikasi oleh Undang-Undang No.20 Tahun 2008. Menurut definisi tersebut, usaha mikro adalah milik individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yang ditetapkan. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, tidak terkait dengan usaha menengah atau besar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang juga berdiri sendiri, tidak terkait secara langsung dengan usaha kecil atau besar, dan memiliki jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan tertentu sesuai dengan ketentuan undang-undang. Usaha besar, di sisi lain, adalah usaha ekonomi produktif dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang lebih besar dari usaha menengah. Dunia usaha mencakup semua kategori UMKM, yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan memiliki domisili di Indonesia.

Biaya (cost) adalah suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat baik sekarang maupun yang akan datang (Santi 2019). 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 (Dunia et al. 2018).

Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran (Basu 2017).

Target costing merupakan metode untuk menentukan biaya produksi yang mana perusahaan akan lebih dulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga kompetitif, sehingga perusahaan bisa mendapatkan laba yang diinginkan (Rudianto 2013). *Target costing* adalah proses biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuat produk baru dan kemudian merancang sistem yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditentukan (Krismiaji 2011).

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 (*balkuoi*). Laba adalah selisih pendapatan atas biaya yang terjadi sehubungan dengan usaha memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu (Soemarso 2009).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dan deskriptif untuk memahami fenomena di UMKM Melvi's Cake, dengan peneliti sebagai instrumen utama. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi, baik primer maupun sekunder. Subjek penelitian adalah pemilik dan pegawai Melvi's Cake, sementara objek penelitian fokus pada penerapan target costing untuk meningkatkan laba. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kesimpulan yang dihasilkan kemudian disusun secara sistematis untuk memberikan implikasi dan saran bagi penelitian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Pemasaran Produk yang dilakukan Melvi's Cake

Berdasarkan wawancara dengan Melviana Jusasni, pemilik Melvi's Cake, strategi pemasaran utama mereka adalah melalui media sosial, khususnya Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Mereka menggunakan platform ini untuk mempromosikan produk mereka dan menjangkau target pasar. Konten visual di media sosial, seperti foto-foto produk kue yang menarik, menjadi kunci dalam menarik minat pelanggan baru. Selain itu, respon yang cepat dan sopan terhadap pertanyaan dan ulasan pelanggan di Instagram dan WhatsApp menjadi prioritas. Melviana juga menganggap investasi waktu dan sumber daya dalam pemasaran melalui media sosial sangat berharga bagi pertumbuhan bisnisnya, karena memberikan akses ke pasar yang lebih besar tanpa biaya besar. Hal ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan Melvi's Cake.

2. Biaya Produksi yang dikeluarkan Melvi's Cake

a) Biaya Bahan Baku Langsung

Bahan baku langsung meliputi bahan utama yang harus ada didalam pembuatan produk baru. produk yang di ambil dalam penelitian ini adalah produk roti *Birthday/Anniversary Cake* (kue perayaan). Dalam sehari seluruh *outlite* Melvi's Cake memproduksi berbagai macam roti dan kue dalam sehari, namun juga dapat bertambah apabila ada pesanan dari konsumen. Untuk produksi *Birthday/Anniversary Cake* (kue perayaan) sendiri Melvi's Cake memproduksi kurang lebih 15 loyang roti per produksi. Adapun pengklafikisian biaya bahan baku Melvi's cake sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar Biaya Bahan Baku

Nama Produk	Jumlah Pembelian	Kebuuhan	Harga
Tepung terigu	5 pcs/5 kg	25 kg	Rp 280.000
Tepung segitiga biru	5 pcs/1 kg	5 kg	Rp 70.000
Telur	5 krat	30 butir	Rp 375.000
Bubuk coklat	500 gr	500 gr	Rp 80.000
Coklat batang	2 batang	1 batang	Rp 65.000
Susu	2 kemasan	2 liter	Rp 50.000
Simas margarin	1 kardus	1 kemasan	Rp 270.000
Garam merek	1 kg	1 kg	Rp 10.000
Gula	5 kg	5 kg	Rp 45.0000
Total			Rp 1.245.000

Sumber ; Melvi's Cake

b) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung di Melvi's Cake merupakan individu yang terlibat langsung dalam proses produksi produk. Usaha ini memiliki lima karyawan, dan sistem penggajiannya adalah dengan membayar gaji per bulan. Berdasarkan hasil wawancara, jumlah tenaga kerja langsung adalah tiga orang dengan gaji Rp1.100.000 per bulan, sehingga total gaji per bulan untuk ketiganya adalah Rp3.300.000, atau setara dengan Rp110.000 per hari.

c) Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead merupakan pengeluaran perusahaan dari tahap awal produksi hingga produk menjadi jadi, termasuk di antaranya biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya perbaikan dan pemeliharaan, serta biaya-biaya lain yang memerlukan pengeluaran uang tunai. Di Melvi's Cake, biaya overhead meliputi biaya tenaga kerja tidak langsung, seperti gaji kasir dan staf administrasi. Selain itu, terdapat biaya pengemasan untuk produk jadi, seperti biaya kotak dan stiker. Proses pengemasan ini menentukan penampilan produk dan keamanannya. Biaya lainnya termasuk biaya listrik, air, dan telepon, biaya lembur untuk tenaga kerja langsung yang bekerja lembur, serta biaya angkut untuk pengiriman produk. Jumlah total biaya overhead per

hari untuk memproduksi Birthday/Anniversary Cake di Melvi's Cake mencapai Rp580.000.

Pembahasan Penelitian

1. Penerapan metode *target costing* pada UMKM Melvi's Cake

a) Penetapan Biaya Produksi

Biaya-biaya dalam produksi kue di Melvi's Cake meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead, biaya listrik dan telepon, biaya pengemasan, biaya angkut, dan biaya lembur. Bahan baku langsung diperoleh dari data produksi yang mencatat kebutuhan bahan baku untuk membuat kue Party setiap harinya. Tenaga kerja langsung terdiri dari 3 karyawan yang digaji sebesar Rp.1.100.000 per bulan, sehingga biaya per hari untuk satu karyawan adalah Rp.110.000. Biaya overhead mencakup tenaga kerja tidak langsung sebesar Rp.1.200.000 per bulan untuk dua karyawan, serta biaya listrik sebesar Rp.300.000 per bulan. Biaya pengemasan termasuk pembelian kotak seharga Rp.12.000 per piece untuk 5-10 Party Cake. UMKM Melvi's Cake juga mengeluarkan biaya angkut sebesar Rp.150.000 dan biaya lembur sebesar Rp.50.000 untuk tenaga kerja langsung yang melakukan kerja lembur hingga pesanan selesai.

b) Perhitungan Biaya Produksi *Party Cake* Pada Melvi's Cake

Di outlet Melvi's Cake, pencatatan keuangan masih bersifat sederhana dan terbatas pada buku khusus keuangan produksi. Pengeluaran keuangan yang dicatat hanya seputar produksi roti, seperti yang diungkapkan oleh karyawan bagian Kasir/Keuangan, Teti. Keterbatasan dalam pencatatan produksi membuat Melvi's Cake kesulitan dalam merencanakan proses produksi dan menetapkan harga jual yang optimal, sehingga masih menggunakan cara sederhana dengan mengamati harga pesaing dan harga pasar. Rekomendasi perhitungan biaya produksi roti per hari disarankan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat. Sebelumnya, biaya pengiriman juga dicatat dalam biaya produksi, namun karena dianggap sebagai biaya pengurang dalam perhitungan laba rugi, penulis akan menghitung laba rugi untuk menentukan capaian laba produksi Melvi's Cake.

2. Implementasi Metode *Target costing* pada Melvi's Cake

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Nurul Ikhsan Arifin (2016), target costing telah terbukti menjadi metode yang efektif untuk menentukan harga jual dengan fokus pada pengurangan biaya produksi. Penelitian ini akan menganalisis apakah metode target costing dapat diterapkan dalam proses produksi roti di Melvi's Cake. Pembahasan dan analisis akan

dilakukan dengan mengikuti lima tahapan dalam mencapai tujuan penerapan target costing. Tahapan tersebut mencakup meninjau harga pasar dan daya beli konsumen, menetapkan target laba per unit produksi, menetapkan target biaya, menghitung biaya produksi, dan menerapkan teknik rekayasa nilai. Dari lima tahapan tersebut, hanya tahapan keempat dan kelima yang bisa digunakan untuk mengendalikan biaya produksi dengan efisien. UMKM dapat memilih salah satu atau keduanya tergantung pada kebutuhan masing-masing usaha dalam mengelola biaya. Untuk Melvi's Cake, pemiliknya menginginkan peningkatan laba sebesar 2% dari penjualan produk roti. Oleh karena itu, penulis akan mengusulkan metode target costing sebagai alternatif untuk menghitung biaya operasional dan mencapai tujuan laba yang diinginkan. Tahapan pertama adalah menentukan target costing, di mana harga pokok produk harus sesuai dengan yang diinginkan oleh perusahaan untuk mencapai laba yang diinginkan. Dari penjelasan tersebut maka *target costing* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$TC = P - M$$

$$TC = \text{Target costing}$$

$$P = \text{Harga Jual}$$

$$M = \text{Laba}$$

Pengaplikasian rumus di Melvi's Cake

$$\begin{aligned} TC &= \text{Rp.150.000} - (31\% \times \text{Rp.150.000}) \\ &= \text{Rp.150.000} - 46.500 = \text{Rp. 103.500} \\ \text{Per Cake} &= \text{Rp. 103.500} \end{aligned}$$

3. Melakukan Metode Rekayasa Nilai (Value Engineering)

Setelah dilakukan value engineering dan penerapan alternatif dalam pengurangan biaya produksi, perusahaan Melvi's Cake and Bakery berhasil mencapai efisiensi yang signifikan. Tahapan efisiensi ini melibatkan pengurangan biaya bahan baku langsung seperti telur dan tepung terigu, serta pengurangan biaya kemasan dengan memesan stiker kemasan melalui e-commerce. Selain itu, biaya overhead pabrik juga berhasil dikurangi. Dengan penerapan ini, biaya produksi perusahaan berhasil diturunkan menjadi Rp1.744.000 untuk menghasilkan 15 kue perayaan, dan biaya produksi per produk menjadi Rp103.500. Hal ini menunjukkan bahwa dengan melakukan analisis dan perubahan pada strategi biaya, perusahaan dapat mencapai target laba yang diinginkan dengan lebih efisien.

4. Metode *target costing* dapat digunakan dalam upaya mengoptimalkan peningkatan laba pada UMKM Melvi's Cake

Dengan penerapan metode *target costing* dan rekayasa nilai, UMKM Melvi's Cake berhasil mengoptimalkan peningkatan laba dengan mengurangi biaya produksi untuk pembuatan Kue Perayaan (Party Cake). Sebelum menggunakan metode *target costing*, biaya produksi per hari mencapai Rp.1.935.000, namun setelah menerapkan *target costing*, biaya produksi berhasil diturunkan menjadi Rp.1.744.000. Dengan demikian, perusahaan berhasil menghemat biaya produksi sebesar Rp.191.000. Berikut adalah perbandingan rincian biaya produksi antara metode lama dan *target costing* untuk memproduksi Party Cake:

Tabel 2. Selisih Biaya Produksi Metode Tradisional dan Metode Target Costing

Keterangan	Metode		Selisih
	Manual (Tradisional)	Metode Target <i>costing</i>	
BB	Rp.1.245.000	Rp 1.070.000	
TKL	Rp. 110.000	Rp.110.000	
BOP	Rp.580.000	Rp. 564.000	
	Rp.1.935.000	Rp.1.744.000	Rp.191.000

Sumber: Melvi's Cake

Menurut data yang tercantum dalam tabel, perbandingan antara perhitungan biaya produksi menggunakan metode *target costing* dan metode yang sebelumnya diterapkan oleh perusahaan menunjukkan adanya selisih sebesar Rp.191.000. Perbedaan ini menegaskan bahwa penerapan metode *target costing* dapat menguntungkan perusahaan dalam proses produksinya. Selisih tersebut juga berpotensi memengaruhi hasil laba rugi yang diperoleh oleh UMKM Melvi's Cake and Bakery. Untuk lebih jelasnya, selisih laba rugi perusahaan sebelum dan setelah menerapkan metode *target costing* akan diuraikan. Dengan demikian, UMKM hanya perlu mengeluarkan biaya sebesar Rp.295.000 untuk 5 krat telur yang dibutuhkan oleh Melvi's Cake.

Tabel 3. Laporan Laba Rugi Sebelum Target Costing (Metode Sederhana)

Melvi's Cake Laporan laba rugi Periode 25 Juli 2023	
Penjualan	Rp.4.250.000
Dikurangi	
Harga Pokok penjualan	Rp.1.935.000
Laba kotor atas penjualan	Rp.2.315.000
Dikurangi	
Biaya angkut	Rp.200.000
Biaya lembur	Rp. 50.000
Laba bersih	Rp.2.065 .000

Sumber: Melvi's Cake

Tabel 4. Perbedaan laba sebelum dan sesudah menggunakan metode *target costing*

Melvi's Cake Laporan Laba Rugi Periode Juli 2023		
	Sebelum <i>Target costing</i>	Sesudah <i>Target costing</i>
Penjualan		Rp.4.250.000
	Rp.4.250.000	
Dikurangi		
HPP	Rp.1.935.000	Rp.1.744.000
Laba Kotor atas penjualan	Rp.2.315.000	Rp.2.506.000
Dikurangi		
Biaya Angkut	Rp.200.000	Rp.200.000
Biaya Lembur	Rp. 50.000	Rp. 50.000
Laba Bersih	Rp.2.065 .000	Rp.2.256 .000
Persentase Laba	29%	31%

Sumber: Melvi's Cake

Berdasarkan tabel tersebut, jika Usaha Melvi's Cake menerapkan metode target costing, pengelola dapat meningkatkan presentase laba sebesar 2% dari 29% menjadi 31%. Hal ini dapat dicapai dengan mengurangi atau menghilangkan biaya yang kurang efektif melalui value engineering. Dengan menerapkan metode target costing, biaya produksi Melvi's Cake untuk membuat 15 loyang Party Cake akan menurun dari Rp.1.935.000 menjadi Rp.1.744.000. Penurunan biaya produksi ini akan membantu perusahaan dalam mencapai target laba penjualan sebesar 31%, yang sebelumnya hanya mencapai 29%, dalam sehari untuk penjualan Party Cake.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Melvi's Cake belum menerapkan metode target costing, masih menggunakan pendekatan tradisional dalam penentuan biaya produksi dan pengklasifikasian biaya. Untuk meningkatkan laba, diperlukan implementasi target costing, dengan alternatif metode rekayasa nilai. Setelah menerapkan target costing, laba UMKM Melvi's Cake meningkat, terlihat dari pengurangan biaya produksi dalam pembuatan Kue perayaan atau Party Cake. Sebelumnya, perusahaan hanya mendapatkan laba sebesar 29% dari penjualan Party Cake dalam sehari, namun setelah menerapkan target costing melalui proses rekayasa nilai, perusahaan berhasil mencapai laba yang ditargetkan sebesar 31%.

Berdasarkan kesimpulan, penulis memberikan beberapa saran. Pertama, kepada Usaha Melvi's Cake, disarankan untuk melakukan edukasi tentang pencatatan keuangan mulai dari pencatatan transaksi keuangan hingga menghitung laba rugi, sehingga pemilik usaha dapat lebih efektif dalam mengontrol keuangan di outlet mereka. Selain itu, disarankan untuk menerapkan metode target costing sebagai alat untuk mengoptimalkan biaya produksi dan meningkatkan laba perusahaan. Kedua, kepada UMKM lainnya, perlu dilakukan edukasi serupa tentang pencatatan keuangan dan pengelolaan laba rugi. Ketiga, kepada peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengaplikasikan metode target costing pada berbagai jenis usaha atau melakukan variasi penerapan metode tersebut dengan variabel yang berbeda untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang efektivitasnya dalam berbagai konteks bisnis.

DAFTAR REFERENSI

- Arifin, Nurul Iksan, Herman Karamoy, Meily Kalalo, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. 2016. *Analisis Target costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery*. Vol. 16.
- Basu, Swastha. 2017. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Darmayasa, Gede, Sujana Nyman, and akhmad haris Iyus. 2019. "Analisis Penerapan *Target costing* Dalam Efisiensi Biaya Produksi Batako Pada UD Darma Yasa Di Desa Panji, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Volume 11 No. 2 Tahun 2019* 11(2):383–95.
- Dunia, Ahmad Firdaus, Sasongko Wasilah, and Catur. 2018. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Febrianti, Saleh Haerudiin, and Suriani Seri. 2022. *Brand Image & Kualitas Produk*. edited by M. Andi. Makassar: Pakalawaki.
- Fitriyah, dina Priminingtiyas Novia, and Retnoningsih Dwi. 2020. "Penerapan *Target costing* Dalam Upaya Efisiensi Apel Di UD Ramayana Agro Mandiri Kota Batu Berdasarkan

Sistem Penjualan Online Dan Offline.” *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)* 4:97–110.

Krismiaji. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 2. Yogyakarta: Unit Percetakan dan Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Mahsunah, Ainiyatul, and Hariyati Hariyati. 2021. “Peran Penerapan *Target costing* Dalam Peningkatan Laba UMKM.” *Jurnal Akuntansi AKUNESA* 9(3):1–9. doi: 10.26740/akunesa.v9n3.p1-9.

Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen, Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*. Jakarta: Grasindo.

Santi, rahma dewi. 2019. *Akuntansi Biaya*. Jawa Timur: UMSIDA Press.

Soemarso, S..... 2009. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat.

Witjaksono, Armanto. 2013. *Akuntansi Biaya (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.