

PENDEKATAN *TARGET COSTING* SEBAGAI ALAT PENILAIAN EFISIENSI PRODUKSI PADA PT. TROPICA COCOPRIMA

Oleh:

Henri Paulus Gerungan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi

Universitas Sam Ratulangi Manado

email: henrygerungan@rocketmail.com

ABSTRAK

Persaingan pada pasar global, mengharuskan perusahaan untuk menghadapi persaingan yang ketat di antara perusahaan dari seluruh dunia. Perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan. PT. Tropica Cocoprima merupakan perusahaan manufaktur, harus memperhatikan hal yang berkaitan dengan penentuan harga jual untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pendekatan *target costing* dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi dalam proses produksi pada PT. Tropica Cocoprima. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode komparatif. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian perbandingan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, menurut perusahaan dengan menurut *target costing*, diketahui lebih efisien menggunakan *target costing*, dimana dengan menggunakan *target costing* perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya tahun 2011 sebesar 18,21 %, dan tahun 2012 sebesar 2,70 %.

Kata kunci: *target costing, efisiensi produksi*

ABSTRACT

Competition in the global market, requires companies to face the stiff competition among companies from around the world. Companies are required to have a competitive advantage in order to survive and win the competition. Tropica Cocoprima a manufacturing company, should pay attention to matters relating to the determination of the selling price to be competitive with other companies. This study aims to determine how the *target costing* approach can be used as a tool to evaluate the efficiency of the production process at PT. Tropica Cocoprima. The study was conducted by using the comparative method. Type of data used is quantitative and qualitative data. The results comparison of the total costs incurred by the company, according to the company according to *target costing*, known to more efficient use of *target costing*, where the use of *target costing* companies can gain cost savings in 2011 of 18.21%, and in 2012 amounted to 2.70%.

Keywords: *target costing, production efficiency*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persaingan saat ini yang semakin kompetitif, sehingga setiap badan usaha dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan perusahaan yang utama adalah untuk memperoleh laba. Tantangan utama bagi para akuntan manajemen dewasa ini adalah memberikan informasi tentang efisiensi produksi kepada perusahaan yang bertujuan untuk membantu meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dengan mengembangkan praktik-praktik akuntansi manajemen yang dapat mendukung tugas-tugas manajerial.

Kualitas informasi akuntansi yang diharapkan perusahaan, menuntut para akuntan manajemen dituntut untuk semaksimal mungkin mendayagunakan keahliannya berupa pemahaman metode dan teknik akuntansi manajemen yang terus mengalami perkembangan. Oleh karena itu para akuntan manajemen perlu tanggap terhadap perubahan lingkungan eksternal maupun internal serta meningkatkan kualitas profesi seiring dengan perkembangan dunia usaha. Guna membantu para pimpinan perusahaan dalam pembuatan keputusan, maka akuntan manajemen perlu memahami dan mengikuti setiap aktivitas dari masing-masing fungsi manajemen dalam perusahaan, salah satunya adalah berkaitan dengan penentuan harga jual, hal ini perlu diperhatikan karena dengan adanya persaingan yang semakin ketat dan kompetitif sehingga membuat penetapan harga jual produk bukan hal gampang. Harga jual kerap ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar (*market price*) digunakan untuk menentukan target biaya yang diselaraskan dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan dalam produksi, yang dikenal dengan masalah target costing.

Perusahaan perlu memperhatikan mengenai penentuan harga yang didasarkan pada anggapan bahwa produk telah selesai dibuat, telah dihitung harga pokok biayanya dan siap untuk dipasarkan, namun hal itu tidak selalu berlaku, banyak perusahaan besar yang menerapkan urutan sebaliknya, artinya perusahaan-perusahaan tersebut telah mengetahui berapa harga jual untuk produknya, sehingga persoalan pokok yang dihadapi oleh perusahaan tersebut adalah bagaimana cara membuat produk dengan harga jual yang sudah pasti namun tetap menghasilkan margin keuntungan yang memadai tanpa mengorbankan kualitas dan nilai yang akan diserahkan kepada pelanggan.

Witjaksono (2006 : 157) *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. Mengingat begitu pentingnya masalah *target costing*, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan PT. Tropica Cocoprima, dimana dalam menjalankan kegiatan produksi, maka perusahaan perlu menerapkan *target costing* dalam produksinya. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan menerapkan *target costing* adalah 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 (*cost management*) dengan baik, dan untuk mencapai tujuan perusahaan, perusahaan membentuk sebuah tim untuk pengembangan produk yang bertanggungjawab dan merancang produk yang dapat dibuat dengan biaya yang tidak lebih besar dari target biaya yang telah dihitung oleh perusahaan, sehingga dengan menggunakan pendekatan *target costing*, maka diharapkan dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi produksi pada PT. Tropica Cocoprima.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah bagaimana pendekatan *target costing* dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi dalam proses produksi pada PT. Tropica Cocoprima.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen menurut Kamaruddin (2011:4) adalah salah satu bidang akuntansi yang salah satu tujuan utamanya untuk menyajikan laporan-laporan suatu satuan usaha atau organisasi tertentu untuk kepentingan pihak internal dalam rangka melaksanakan proses yang meliputi perencanaan, pembuatan keputusan, pengorganisasian, pengaraan serta pengendalian. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa

akuntansi manajemen merupakan salah satu bidang akuntansi yang digunakan untuk pihak internal dalam rangka mencapai sasaran organisasi. Kamaruddin (2011:3-4) menyatakan informasi akuntansi sering merupakan faktor penting dalam menganalisis alternatif, penyelesaian masalah. Alasannya ialah bahwa berbagai alternatif, biasanya mempunyai biaya dan manfaat tertentu yang dapat diukur dan digunakan sebagai masukan dalam memutuskan alternatif terbaik.

Biaya

Mengacu pada tujuan penyusunan laporan keuangan sesuai dengan fungsi perusahaan dan penyusunan laporan keuangan untuk kepentingan eksternal (*production cost and financial reporting*), biaya dapat dibedakan antara biaya produksi (yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Mursyidi (2008:13) mengatakan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi baik yang berwujud maupun tidak berwujud yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain biaya merupakan suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang. Prawironegoro dan Purwanti (2009:19) menyatakan bahwa biaya adalah kas dan setara kas yang dikorbankan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat atau keuntungan dimasa mendatang. Muqodim (2005:142) mengatakan bahwa, biaya adalah aliran keluar atau penggunaan aktiva, atau terjadinya utang (atau kombinasi di antara keduanya) dari penyerahan atau produksi barang, penyerahan jasa atau pelaksanaan kegiatan utama suatu perusahaan. Witjaksono (2006:6) mengatakan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain biaya sebagai satuan moneter atas pengorbanan barang dan jasa untuk memperoleh manfaat di masa kini atau masa yang akan datang, dan biaya atau *cost* adalah sama dengan pengorbanan sumber daya ekonomi (*resources*). Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa umumnya secara normal biaya terjadi karena kegiatan-kegiatan yang menyebabkan pengeluaran kas (atau pada akhirnya menyebabkan pengeluaran kas) yang berkaitan dengan usaha untuk menghasilkan pendapatan.

Biaya Produksi

Sutrisno (2008:3) menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi menjadi produk selesai. Garrison et al (2006:51), Biaya produksi dibagi ke dalam tiga kategori besar, yaitu: bahan langsung (*direct material*), tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan biaya overhead pabrik (*manufacturing overhead*). Sugiri (2001 : 18) mengemukakan bahwa biaya produksi pada perusahaan manufaktur terdiri atas unsur-unsur biaya sebagai berikut :

a. Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang digunakan untuk membuat produk selesai. Bahan baku dapat diidentifikasi ke produk dan merupakan bagian integral dari produk tersebut. Sebagai contoh adalah kayu yang digunakan untuk membuat daun pintu dan jendela, kertas yang digunakan untuk membuat buku, benang untuk membuat kain mori, dan kain mori yang digunakan untuk membuat baju. Bahan baku disebut juga bahan langsung, untuk membedakannya dari bahan lain yang nilainya relatif rendah. Bahan yang nilainya relatif rendah seperti paku dan dempul pada daun pintu dan jendela. lem untuk merekatkan kertas-kertas pada buku ini termasuk sebagai unsur overhead.

b. Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga yang langsung menangani proses produksi. Pembuat daun pintu dan jendela, operator mesin copy, penjahit dan tukang las, serta tukang batu adalah contoh tenaga kerja langsung. Mereka menangani langsung proses produksi dan karenanya dapat diidentifikasi ke produk. Gaji atau upah tenaga kerja langsung merupakan unsur biaya produksi.

c. Overhead Pabrik

Biaya-biaya selain bahan baku dan tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk memproduksi barang disebut biaya overhead pabrik (*factory overhead* atau *manufacturing overhead* atau *factory burden*). Hubungan biaya overhead terhadap produk adalah hubungan tak langsung. Oleh karena itu, biaya disebut juga biaya tak langsung. Pada umumnya biaya overhead pabrik didefinisikan sebagai biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan semua biaya-biaya produksi yang lain yang tidak dapat dengan mudah diidentifikasi ataupun dibebankan secara langsung pada pesanan tertentu atau produk tertentu.

Target Costing

Supriyono (2002: 152) mendefinisikan *target costing* adalah sistem untuk mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap pengembangan dan perencanaan produk model baru tertentu, perubahan model secara penuh atau perubahan model minor. Mulyadi (2007:421) menjelaskan bahwa *target costing* adalah suatu metode penentuan biaya produk atau jasa yang didasarkan pada harga (*target price*) yang diperkirakan dapat diterima oleh konsumen. Hansen dan Mowen (2005:702) “*target costing is a method of determining the cost of product or service based on the price (target price) that customer are willing to pay*”. Jadi, *target costing* adalah metode penetapan biaya produk yang paling tepat, dan kemudian mendesain dan memproduksi produk yang memenuhi biaya tersebut. Biaya ini dapat menghasilkan tingkat profitabilitas yang diinginkan, volume yang diharapkan, harga penjualan, kualitas dan fungsionalitas produk.

Prinsip-Prinsip Penerapan Target Costing

Witjaksono (2006 : 159) menyatakan proses penerapan *target costing* menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

a. Harga menentukan biaya (*Price Led Costing*)

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

$\text{Target biaya} = \text{Harga pasar} - \text{Laba kotor yang diinginkan}$
--

b. Fokus pada pelanggan

Kehendak atau kebutuhan pelanggan akan kualitas, biaya dan fungsi (*functionality*) secara simultan terdapat dalam produk dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan berkenaan dengan desain dan perhitungan harga pokok produk. Bagi pelanggan manfaat atas fitur dan fungsi yang ditawarkan oleh produk harus lebih besar dari biaya perolehannya (alias harga jual dari sisi pandang pengusaha).

c. Fokus pada desain produk dan desain proses

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

Kendala Menerapkan Target Costing

Berikut ini adalah kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing*.

- Konflik antar kelompok dan atau antar anggota kelompok.
- Karyawan yang mengalami burnout karena tuntutan target penyelesaian pekerjaan.
- Target waktu penyelesaian yang terpaksa ditambah.
- 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 :

- Manajemen puncak harus memahami proses *target costing* sebelum mengadopsinya.
- Apabila perhatian manajemen terlalu terpaku pada pencapaian sasaran *target costing*, maka dapat mengalihkan perhatian dari manajemen mengenai pencapaian sasaran keberhasilan organisasi secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode komparatif yaitu membandingkan antara konteks satu atau domain satu dibandingkan yang lain. Didalam penelitian ini penulis membandingkan antara besarnya biaya menurut perusahaan dengan menurut target costing melalui laporan biaya produksi dan laporan laba rugi PT Tropica Cocoprima tahun 2011 dan 2012.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

- Data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka yang diperoleh dari PT. Tropica Cocoprime, berupa data yang berhubungan dengan penetapan *target costing*, misalnya penetapan harga pokok produksi..
- Data kualitatif, yaitu data yang berupa penjelasan / pernyataan yang tidak berbentuk angka yang diperoleh dari PT. Tropica Cocoprime, berupa sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, proses produksi dan informasi lainnya yang relevan dengan penulisan ini.

Sumber Data

- Data primer, data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti (tidak melalui perantara) berupa hasil wawancara langsung dengan pegawai dan juga pimpinan PT. Tropica Cocoprime.
- Data sekunder, merupakan data yang dikelompokkan oleh lembaga pengumpul data yang dipublikasikan kepada pengguna data, maupun data yang didapat dari buku dan informasi lainnya maupun ke pustakaan.

Teknik Pengumpulan Data

- Observasi, melakukan kunjungan atau pengamatan secara langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan keterangan yang diperlukan.
- Wawancara, dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan pimpinan perusahaan mengenai data yang ada sesuai dengan masalah yang akan dibahas.
- Dokumenter, cara pengumpulan data dengan menggunakan arsip atau dokumen-dokumen yang bersifat tulisan dari perusahaan yang bersangkutan.

Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan oleh penulis adalah analisis deskriptif. Metode ini merupakan penyajian data yang berasal dari masalah yang dihadapi perusahaan, dari masalah-masalah itu dilakukan analisis dengan menggunakan pendekatan yang didasarkan pada teori-teori yang ada.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Perusahaan PT Tropica Cocoprime menghasilkan kelapa kering terbaik Indonesia. Pabrik perusahaan dibangun pada tahun 1997 dan mulai operasi komersial pada bulan Mei 1998. Sebanyak 278 personel bekerja dengan perusahaan dan kapasitas pabrik perusahaan adalah 275 MT per bulan DC. Filosofi dari perusahaan selalu untuk memproduksi dan memasok produk-produk berkualitas yang aman dikonsumsi manusia.

Hasil Penelitian

Proses Produksi

Proses produksi tepung kelapa PT. Tropica Cocoprime dilakukan dengan tahap-tahap sebagai berikut :

- Bahan baku buah kelapa segar telah dikeluarkan sabutnya, dibeli dari petani dan diangkut dengan truk kelokasi pabrik.
- Truk beserta isinya berhenti pada jalur timbangan untuk ditimbang yang secara otomatis menunjukkan berat dan tercetak pada formulir.
- Selanjutnya truk menuju tempat penampungan kelapa untuk dibongkar dan diseleksi mutunya untuk mendapatkan kualitas kelapa yang benar-benar dapat menjamin mutu hasil produksi.
- Pada saat kelapa akan diproses, maka mula-mula dilakukan pemisahan antara tempurung (*shelles*) dengan daging kelapa (*white meat*) oleh pekerja laki – laki (*sheller*), kemudian buah kelapa tersebut dikupas kulit arinya (*parings*) oleh pekerja perempuan (*parer*). Pemisahan antara tempurung dengan daging kelapa dilakukan secara mekanik dengan *shelling machine*, sedangkan pemisahan daging kelapa dengan kulit ari dilakukan secara manual dengan menggunakan pisau khusus.
- Setelah selesai proses pencucian, maka daging kelapa masuk dalam proses penggilingan (*grinding*) sesuai ukuran potongan yang diinginkan (*medium dan fine*).
- Setelah proses pencincangan dilakukan perlakuan secara kimia (*chemical treatment*) pada konsentrasi standar untuk pengawetan produk.
- Kelapa yang telah dicincang selanjutnya dilakukan sterilisasi pada suhu 95° c sampai dengan 100° c.

- h. Untuk melewati proses sterilisasi (*blanching*), kemudian masuk kedalam proses pengeringan sesuai standar yang diinginkan dengan menggunakan mesin pengering (*dryer*) dan hasilnya adalah tepung kelapa (*desiccated coconut* = *DCN*).
- i. Setelah dilakukan pengepakan sesuai permintaan pembeli (*medium, fine*) maka produk ditampung digudang (*DCN Ware House*) Siap menunggu ekspor. Pada saat menunggu ekspor maka dilakukan pengujian sampel memastikan bahwa produk benar – benar memenuhi persyaratan yang diinginkan pembeli seperti kadar air, ukuran potongan produk, kandungan bakteri, kandungan sulfine, warna rasa dan baunya.

Hasil Perhitungan

Tabel 1. Hasil Perhitungan Biaya (Biaya Produksi dan Non Produksi) Tahun 2011 dan 2012

Uraian	Tahun	
	2011	2012
A. Biaya produksi		
a). Biaya bahan baku langsung	18.480,66	6.119,38
b). Biaya tenaga kerja langsung	1.524,85	1.365,76
c). Biaya overhead pabrik	3.153,61	3.436,74
Jumlah biaya produksi (a+b+c)	23.159,12	10.921,88
B. Biaya non produksi		
a). Biaya penjualan	1.153,00	1.130,98
b). Biaya adm/umum	739,77	807,27
Jumlah biaya non produksi (a+b)	1.892,77	1.938,25
Total Biaya Per kg	25.051,89	12.860,13

Sumber : Hasil olahan data tahun 2011 dan 2012

Tabel 1 harga jual dari data biaya maka akan disajikan perhitungan margin laba dalam penjualan tepung kelapa yang akan disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2 Besarnya Margin Laba Dalam Penjualan Tepung Kelapa (Menurut Perusahaan)

Tahun	Harga Jual Per Kg	Biaya Per Kg (Rp)	Margin Laba	
			Rp	%
2011	24.143,59	25.051,89	- 908,3	- 3,76
2012	14.070,58	12.860,13	1.210,45	8,60

Sumber : Hasil olahan data tahun 2011 dan 2012

Tabel 2 yakni hasil perhitungan margin laba menurut perusahaan dalam penjualan tepung kelapa yang menunjukkan bahwa dalam penjualan tepung kelapa untuk tahun 2011 perusahaan mengalami kerugian -3,76 %, dan pada tahun 2012 penjualan tepung kelapa mendapat margin laba 8,60 %.

Analisis Penerapan *Target Costing* Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Tepung Kelapa

Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam memaksimalkan laba dalam penjualan tepung kelapa adalah penerapan target costing. Dimana target costing adalah penerapan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai. Kemudian perlu ditambahkan bahwa dari kalkulasi biaya yang dilakukan oleh PT. Tropica Cocoprime ternyata diperoleh margin laba sebesar 20% tidak sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itulah akan dilakukan perhitungan target costing yang dapat disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Perhitungan *Target Costing* Dalam Penjualan Tepung Kelapa Tahun 2011 dan 2012

Uraian	Tahun	
	2011	2012
Penjualan	45.025.047.703,00	26.257.706.094,00
Laba yang diharapkan 20% dari penjualan	9.005.009.540,60	5.251.541.218,80
Total biaya (Biaya produksi dan biaya non produksi)	36.020.038.162,40	21.006.164.875,20

Sumber : Hasil olahan data tahun 2011 dan 2012

Tabel 3 maka besarnya *target costing* dalam penjualan tepung kelapa untuk tahun 2011 sebesar Rp 36.020.038.162 dan tahun 2012 sebesar Rp 21.006.164.875. Dengan demikian maka *target costing* per kg dapat dihitung sebagai berikut :

a. Tahun 2011

Besarnya *target costing* per kg dalam penjualan tepung kelapa untuk tahun 2011 dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Target costing (kg)} &= \frac{36.020.038.162,40}{1.857.524,64} \\ &= \text{Rp. 19.391,42} \end{aligned}$$

b. Tahun 2012

Besarnya *target costing* per kg dalam penjualan tepung kelapa untuk tahun 2012 dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Target costing (kg)} &= \frac{21.006.164.875,20}{1.760.993,68} \\ &= \text{Rp. 11.928,59} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan *target costing*, maka selanjutnya akan dilakukan perhitungan margin laba dalam penjualan tepung kelapa yang dapat disajikan melalui tabel 4.

Tabel 4 Perhitungan Margin Laba Dalam Penjualan Tepung Kelapa (Menurut *Target costing*)

Tahun	Harga Jual (Rp)	<i>Target Costing</i>	Margin Laba	
			Rp	%
2011	24.143,59	19.391,42	4.752,17	19,68
2012	14.070,58	11.928,59	2.141,99	15,22

Sumber : Hasil olahan data tahun 2011 dan 2012

Tabel 4 yakni hasil perhitungan margin laba menurut *target costing* dalam penjualan tepung kelapa menunjukkan bahwa dalam penjualan tepung kelapa untuk tahun 2011 perusahaan mendapat keuntungan sebesar 19,68 % dan pada tahun 2012 perusahaan mendapat keuntungan 15,22 %. Sekarang akan disajikan perbandingan kalkulasi biaya menurut perusahaan dan menurut *target costing* yang dapat dilihat pada 869able 5.

Tabel 5 Perbandingan Biaya Menurut Perusahaan Dengan Menurut *Target Costing* Dalam Penjualan Tepung Kelapa Tahun 2011 dan 2012.

Tahun	Besarnya Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Menurut <i>Target Costing</i> (Rp)	Penghematan Biaya	
			Rp	%
2011	44.044.366.449,18	36.020.038.162,40	8.024.328.286,78	18,21
2012	21.588.931.044,79	21.006.164.875,20	582.766.169,59	2,70

Sumber : Hasil olahan data tahun 2011 dan 2012

Tabel 5 yakni hasil perbandingan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan menurut target costing maka dapatlah dikatakan bahwa dengan penerapan *target costing* lebih efisien jika dibandingkan dengan menurut perusahaan. Hal ini dapat dilihat bahwa pada tahun 2011 besarnya biaya menurut perusahaan sebesar Rp 44.044.366.449,18, sedangkan menurut target costing sebesar Rp 36.020.038.162,40 serta diperoleh penghematan sebesar Rp 8.024.328.286,78 atau sebesar 18,21% dan tahun 2012 besarnya biaya menurut perusahaan sebesar Rp 21.588.931.044,79, sedangkan menurut target costing sebesar Rp 21.006.164.875,20, serta diperoleh penghematan sebesar Rp 582.766.169,59 atau sebesar 2,70%. Dengan demikian maka dapatlah dikatakan bahwa penerapan target costing dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi produksi tepung kelapa.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Total biaya yang dikeluarkan PT. Tropica Cocoprima dalam menghasilkan tepung kelapa, untuk tahun 2011 sebesar Rp 25.051,89 dan tahun 2012 sebesar Rp 12.860,13. Pendekatan *target costing* dalam proses produksi menunjukkan bahwa total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menghasilkan tepung kelapa, untuk tahun 2011 sebesar Rp 19.391 dan tahun 2012 sebesar Rp 11.928,59.
2. Penerapan *target costing* pada PT. Tropica Cocoprima lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini, melalui penerapan *target costing*, perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya. Hal ini dapat dilihat bahwa untuk tahun 2011 sebesar Rp 8.024.328.286,78 dan tahun 2012 sebesar Rp 582.766.169,59.

Saran

Saran-saran yang penulis berikan sebagai berikut :

1. Perusahaan sebaiknya menerapkan *target costing* sebagai alat perencanaan produksi tepung kelapa dan memperhatikan efisiensi dalam penggunaan biaya produksi.
2. Penerapan *target costing* sebaiknya perusahaan memperhatikan hal-hal berikut :
 - 1) Manajemen puncak memahami proses *target costing* sebelum mengadopsinya.
 - 2) Bila perhatian manajemen fokus pada pencapaian sasaran *target costing*, akan dapat mengalihkan perhatian manajemen mengenai pencapaian sasaran keberhasilan organisasi secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Garrison, H. Ray., Noreen, Eric. W., Brewer, Peter C. 2006. *Akuntansi Manajerial*. Buku I. Edisi Kesebelas. Salemba Empat. Jakarta.
- Hansen, Don, R., Mowen, Marryanne, M. 2005. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Ketujuh. Salemba Empat. Jakarta.
- Kamaruddin, Ahmad. 2011. *Akuntansi Manajemen Dasar-Dasar Konsep Biaya Dan Pengambilan Keputusan*. Rajawali Grafindo Persada, Jakarta.
- Mulyadi. 2007. *Activity Based Cost Syste*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta
- Muqodim, 2005. *Teori Akuntansi*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Ekonisia. Yogyakarta.
- Mursyidi. 2008. *Akuntansi Biaya*. cetakan pertama. Refika Aditama. Bandung.
- Prawironegoro, Darsono., Purwanti, Ari. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Ketiga. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Sugiri, Slamet. 2001. *Akuntansi Manajemen*. Edisi revisi. UUP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Supriyono, R.A, 2002. *Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen untuk Teknologi Maju dan Globalisasi*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Sutrisno. 2008. *Akuntansi Biaya*. Edisi Keempat. Cetakan Kelima. Ekonisia. Yogyakarta.
- Witjaksono. 2006. *Akuntansi Biaya*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.