

**ANALISIS *TARGET COSTING* SEBAGAI ALAT PENGENDALIAN
BIAYA PT. SEMEN TONASA PANGKEP**

SKRIPSI

**OLEH
ANRIANI
105730493914**



**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR 2018**

SKRIPSI

**ANALISIS *TARGET COSTING* SEBAGAI ALAT PENGENDALIAN
BIAYA PT. SEMEN TONASA PANGKEP**

ANRIANI

NIM 105730493914

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Dan Bisnis Pada Jurusan Akuntansi
Universitas Muhammadiyah Makassar**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

MAKASSAR 2018

MOTTO

“Dibalik kesulitan selalu ada kemudahan karena Allah menciptakan
cobaan beserta jalan keluarnya. ”

(Qs. Al Insyirah)

”Apabila kamu ingin memulai sesuatu ingatlah Tuhan kemudian pejamkan mata
dan bayangkan senyum bahagia dari kedua orang tuamu apabila kelak melihat
mu nanti sukses lalu ucapkan **BISMILLAH.** ”

PERSEMBAHAN

”Dengan segala kerendahan hati....

*Kupersembahkan karya sederhana ini sebagai bakti, hormat, terima kasih dan
sayangku kepada Ayahanda Syahrudin dan Ibunda Nurdiana yang senantiasa
mendoakan, menyayangi, menyemangati dan mendukung penulis dalam segala
hal. Serta untuk saudara-saudariku yang ku sayangi dan kubanggakan.*

Terima kasih untuk segalanya.”



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Analisis Target Costing Sebagai Alat Pengendalian Biaya pada PT. Semen Tonasa Pangkep
Nama Mahasiswa : Anriani
No Stambuk/NIM : 105730493914
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenjang Studi : Strata Satu (S1)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Sabtu 09 Februari 2019

Makassar, 09 Februari 2019

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Dra. Hj. Lilly Ibrahim, M.Si
NIDN: 2911194904

Pembimbing II,

Abd Salam HB, SE., M.Si. Ak
NIDN: 0931126607

Diketahui :

Dekan,

Fakultas Ekonomi & Bisnis
Unismuh Makassar



Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078

Ketua,

Program Studi Akuntansi

Ismail Badollahi, SE., M.Si. Ak.CA.CSP
NBM: 1073428



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar


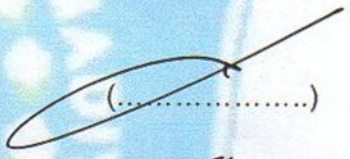



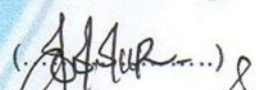
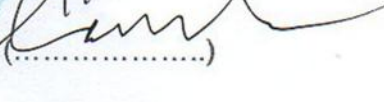
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

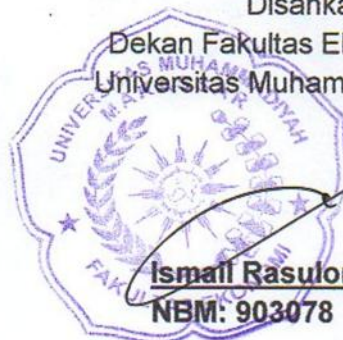
Skripsi atas Nama **ANRIANI, NIM 105730493914**, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0001 /2019 M, Tanggal 04 Jumadil Akhir 1440 H/ 9 Februari 2019 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

04 Jumadil Akhir 1440 H
Makassar, _____
09 Februari 2019 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM 
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM 
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM 
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji :1. Dr. H. Andi Rustam, SE.,MM.Ak.CA.CPA 
2. Abd Salam HB, SE., M.Si.Ak 
3. Mukminati Ridwan ,SE., M.Si 
4. Drs. H. Hamzah Limpo, M.Si 

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anriani

Stambuk : 105730493914

Program Studi : Akuntansi

Dengan Judul : Analisis Target Costing Sebagai Alat Pengendalian Biaya pada PT. Semen Tonasa Pangkep

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar. Dan telah diujikan pada tanggal 09 Februari 2019

Makassar, 09 Februari 2019

Yang membuat Pernyataan,



Anriani

Diketahui Oleh :

Dekan
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Unismuh Makassar

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078

Ketua,
Jurusan Akuntansi

Ismail Badollahi, SE., M.Si., Ak.CA.CSP
NBM: 1073428

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmatNya, sehingga penulisan skripsi ini sebagai syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Akuntansi akhirnya dapat dirampungkan. Shalawat dan salam penulis kirimkan atas junjungan Nabi Muhammad SAW, para sahabatnya serta umatnya yang senantiasa berada di atas kebenaran hingga akhir zaman. Adapun judul skripsi ini adalah “**Analisis Target Costing sebagai Alat Pengendalian Biaya pada PT. Semen Tonasa di Pangkep**”.

Penulis ini sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini sangat banyak memiliki kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, semangat serta kerja sama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga segala bentuk kendala dapat diatasi. Untuk ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan disetiap tengadah tangannya dan saudara saudaraku khususnya kakaku Nylam yang yang tak pernah lelah membimbingku dan membantuku dalam pembuatan skripsi ini.

Selanjutnya dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis tidak lupa menyampaikan penghargaan atas segala apresiasi yang telah disumbangkan kepada penulis serta ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak dr. H. Abd. Rahman Rahim, S.E., MM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, S.E., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Ismail Badollahi S.E., M.Si., Ak., selaku ketua jurusan akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Abd. Salam HB.SE., M.Si.Ak sebagai pembimbing II atas kesediaan beliau meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, petunjuk, arahan dan saran-saran kepada penulis.
5. Ibu Dra.Hj. Lilly Ibrahim, M.Si sebagai penasehat akademik sekaligus pembimbing I atas kesediaan beliau meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, petunjuk, arahan serta saran-saran kepada penulis.
6. Bapak-Ibu Dosen FE Universitas Muhammadiyah Makassar, khususnya pada jurusan Akuntansi yang telah memberikan bimbingan dan bantuan berupa ilmu pengetahuan kepada penulis selama dalam proses pendidikan.
7. Kaka kaka dari pasca sarjana UNM , kak Eka, kak Irwin, kak Rahmat, Kak Yul, kak Nannu dan kak hendra yang senantiasa memberikan saya masukan dan memperingati saya dalam penyusunan skripsi.

8. Para sahabat sahabat saya di kampus tercinta, Pia, Hesty, Jul dan Rifa yang selalu menyemangati saya dan memberikan informasi seputar penyusunan skripsi.
9. sahabat- sahabat saya di kos, aulia, icha, jumrah, adha dan winda, mereka sangat peduli kepada saya saat lelah dalam merivisi skripsi dan memberikan support.
10. Pimpinan PT Semen Tonasa di Pangkep beserta seluruh stafnya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian pada perusahaan yang dipimpinnya, khususnya Bapak Yuki dan kak Roni.

ABSTRAK

ANRIANI, 2019 Analisis Pengendalian *Target Costing* sebagai Alat Pengendalian Biaya pada PT Semen Tonasa di Pangkep. (dibimbing oleh Hj.Lilly Ibrahim dan Abd Salam HB).

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, kualitatif Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan diolah dengan menggunakan analisis keuangan.

Berdasarkan hasil analisis mengenai penerapan *target costing*, maka dapat ditarik kesimpulan yang menunjukkan bahwa penerapan *target costing* dapat dijadikan sebagai alat untuk pengendalian biaya karena lebih efisien sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan. Hal ini dapat dilihat bahwa menurut perusahaan pada tahun 2015 marjin laba yang diperoleh sebesar 19,97% pada tahun 2016 marjin laba yang diperoleh perusahaan sebesar 15,89% dan pada tahun 2017 marjin laba yang diperoleh perusahaan sebesar 26,73%, Sedangkan menurut *target costing* dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 sampai dengan 2017 perusahaan dapat memperoleh laba sebesar 27.83% dengan persentase biaya yang dikeluarkan sebesar 72.17%. Dengan demikian *target costing* dapat dijadikan sebagai alat untuk pengendalian biaya selama siklus hidup produk dengan menggunakan bantuan *active based costing*.

Kata kunci; Target Costing Dan Pengendalian Biaya

ABSTRACT

ANRIANI, 2019. Analysis of Target Costing Control as a Cost Control Tool at PT Semen Tonasa in Pangkep. (Guided by Hj.Lilly Ibrahim dan Abd Salam HB).

This research uses descriptive research. Qualitative data sources obtained from primary data and secondary data with data collection carried out using observation, interview and documentation techniques. The collected data is processed using financial analysis.

Based on the results of the analysis of the implementation of target costing, it can be concluded that the implementation of target costing can be used as a tool for controlling costs because it is more efficient so that the company can obtain the expected profit. It can be seen that according to the company in 2015 the profit margin was 19.97% in 2016 the company's profit margin was 15.89% and in 2017 the company's profit margin was 26.73%, while according to the target costing can be seen that in 2015 to 2017 companies can get a profit of 27.83% with a percentage of costs incurred at 72.17%. Thus the target costing can be used as a tool for controlling costs during the product life cycle by using active based costing assistance.

Keywords : *Target Costing And Cost Control*

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I. Pendahuluan	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II. TinjauanPustaka.....	5
A. Biaya	5
B. Pengendalian	13
C. Target Costing.....	15
D. Laba	22
E. PenelitianTerdahulu	25
F. Kerangka Fikir.....	28
G. Hipotesis	30
BAB III. MetodePenelitian.....	31

A. Desain Penelitian.....	31
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
C. Teknik pengumpulan data	33
D. Rancangan analisis data	33
BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	35
A. Nama Dan Sejarah Instansi.....	35
B. Struktur Organisasi	44
C. Uraian Tugas	46
D. Visi Dan Misi	51
BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Analisis Biaya Produksi Dan Non Produksi	52
B. Analisis Target Costing Sebagai Alat Pengendalian Biaya Pada PT.Semen Tonasa Pangkep.....	55
C. Analisis Perbandingan Laba Menggunakan <i>Target Costing</i> dan tidak menggunakan <i>target costing</i>	60
D. Hasil Penelitian	61
BAB VI	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	64

Daftar pustaka

DAFTAR TABEL

NOMOR	JUDUL	HALAMAN
TABEL 2.1	Peneliti Terdahulu.	25
TABEL 5.1	Data Volume Produksi dan Penjualan Periode 2015 -2017.	53
TABEL 5.2	Produksi dan biaya non produksi semen 2015 -2017.	54
TABEL 5.3	Penjualan Dan Laba Menurut Perusahaan PT. Semen Tonasa.	54
TABEL 5.4	Harga Jual Perton.	55
TABEL 5.5	laba yang ditargetkan untuk perton produk semen.	56
TABEL 5.6	Perhitungan persentase biaya yang pernah dicapai oleh PT Semen Tonasa 2012- 2014.	58
TABEL 5.7	Perhitungan Pengendalian Biaya Menurut <i>Target Costing</i> Pada PT Semen Tonasa 2015-2017.	59
TABEL 5.8	Penjualan Dan Laba Keseluruhan Dengan Menggunakan <i>Target Costing</i> 2015 – 2017.	60
TABEL 5.9	Analisis Perbandingan Laba menggunakan <i>Target Costing</i> Dan Yang Tidak Menggunakan <i>Target Costing</i> 2015- 2017.	60

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Fikir	28
Gambar 4.1	Struktur Perusahaan	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada Era globalisasi, muncul persaingan yang ketat disemua bidang usaha. dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, jenis-jenis produk maupun jasa yang ditawarkan semakin beragam, sehingga persaingan dipasar semakin ketat, Indonesia sekarang tergabung dalam Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dimana Negara-negara yang ada di dalamnya memiliki kebebasan untuk memperjual belikan produk yang dari dalam atau luar negeri tanpa hambatan-hambatan biaya ekspor/impor. Perusahaan yang ingin eksis dan survive dalam persaingan tentu harus bisa bersaing dan memenangkan persaingan. Hal tersebut memaksa perusahaan agar dapat segera mencari solusi mengenai bagaimana produk yang di pasarkan dapat bersaing di pasar.

Perusahaan agar dapat bersaing dilingkungan pasar tentu memerlukan berbagai strategi, salah satunya adalah dalam menetapkan harga jual suatu produk. Penetapan harga merupakan suatu persoalan rumit yang dihadapi oleh manajemen perusahaan hal ini disebabkan karena perusahaan tidak selalu memiliki kemampuan untuk menentukan harga jual yang dikehendakinya, karena sering kali terdapat jumlah pesaing yang telah menjual produk sejenis dengan harga tertentu. Dengan demikian dalam penetapan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan mulai dari biaya produksi, biaya operasi, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing dan sebagainya. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan harga ditentukan oleh pasar.

Horngren (1995: 756) yang mengemukakan bahwa “di dalam menetapkan keputusan harga terdapat tiga pengaruh utama yaitu konsumen, pesaing dan biaya”. Model ekonomi dari kalkulasi harga menguraikan harga dari suatu produk sebagai hasil interaksi antara permintaan atas produk dan penawaran dari produk. Konsumen mempengaruhi harga melalui pengaruhnya atas permintaan sedangkan biaya dan pesaing mempengaruhi harga karena mempengaruhi penawaran. Dengan demikian agar perusahaan dapat bersaing di pasar, perusahaan harus dapat menciptakan suatu produk yang harganya lebih rendah atau terjangkau karena pastilah akan menarik hati para konsumen tetapi apakah setiap perusahaan dagang pada khususnya mampu menciptakan atau memproduksi barang dagang mereka dengan tetap mempertahankan kualitas barang dan memiliki harga yang terjangkau namun perusahaan tetap mencapai keuntungan yang diharapkan. Oleh karena nya untuk memperoleh produk tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya yang seefisien mungkin, sehingga perusahaan tersebut mampu bersaing dan memenangkan pasar.

Perusahaan yang mampu bersaing tentu dapat mengelola biaya secara efisien, sehingga dapat memperoleh laba yang maksimal. Laba yang diperoleh digunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan memenuhi kesejahteraan para karyawannya. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan yang bergerak khususnya dalam bidang industri manufaktur harus mampu menetapkan harga jual yang bersaing di pasaran serta mampu mengelola biaya sebaik mungkin. Seperti halnya perusahaan jepang dan korea yang mempraktikkan perhitungan *target costing* sehingga perusahaannya dapat menawarkan harga yang lebih murah dengan pengelolaan biaya sebaik mungkin dan memenangkan pasar.

Sistem *target costing* ini sangat sesuai digunakan ketika menghadapi persaingan yang sangat ketat dimana perbedaan harga yang kecil dapat membuat konsumen untuk beralih ke produk yang lain. Menurut Rudianto (2013 :145) "*target costing* adalah metode penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan". Dengan demikian *target costing* merupakan suatu proses yang sistematis yang menggabungkan manajemen biaya dan perencanaan laba dimana perhitungan biaya target (*target costing*) dapat menjadi suatu pendekatan khusus yang berguna untuk penurunan biaya sepanjang hidup produk.

Rudianto (2013 : 146) "terdapat dua alasan mengapa target costing perlu digunakan oleh perusahaan dalam situasi pasar yang sangat kompetitif, yang pertama karena perusahaan tidak dapat menentukan harga jual produknya secara sepihak, ke dua karena sebagian besar biaya produk ditentukan pada tahap desain". Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis memilih judul "Analisis Target Costing Sebagai Alat Pengendalian Biaya pada PT.Semen Tonasa Pangkep".

B. Rumusan Masalah

Apakah target costing dapat digunakan sebagai alat pengendalian biaya pada PT.Semen Tonasa Pangkep ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengendalian Target *costing* dapat digunakan sebagai alat pengendalian biaya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, antara lain :

1. Untuk memperdalam serta memperluas pengetahuan dan pemahaman penulis mengenai kegunaan target *costing* sebagai alat pengendalian biaya.
2. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan terutama untuk bagaimana penerapan target *costing* sebagai alat pengendalian biaya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

a. Pengertian Biaya

Dalam akuntansi di Indonesia terdapat istilah-istilah biaya, beban, dan kerugian yang identik dengan *cost* dalam literature akuntansi berbahasa Inggris. Istilah biaya (*cost*) tidaklah sama dengan beban, Firdaus dan Wasilah (2012:22) mengemukakan bahwa :

Beban (*expense*) merupakan biaya (*cost*) yang telah memberikan suatu manfaat (*expired cost*), dan termasuk pula penurunan dalam asset atau kenaikan dalam liabilitas sehubungan dengan penyerahan barang dan jasa dalam rangka memperoleh pendapatan, serta pengeluaran-pengeluaran yang hanya memberi manfaat untuk tahun buku yang berjalan.

Atapun kerugian (*loss*) yang dikemukakan oleh Firdaus dan Wasilah (2012 : 22) bahwa “kerugian merupakan biaya (*cost*) dari barang atau jasa yang pada saat diperoleh tidak memberikan atau mempunyai manfaat sama sekali karena kondisi-kondisi tertentu, namun seringkali istilah - istilah ini digunakan dalam pengertian yang sama”. Biaya menurut The Committee On Cost Concept - American Accounting Association, merupakan suatu peristiwa/kejadian yang diukur berdasarkan nilai uang, yang timbul atau mungkin akan timbul untuk mencapai suatu tujuan tertentu. R.G LIPSEY Cs berpendapat bahwa biaya bagi perusahaan - perusahaan yang memproduksi sesuatu merupakan harga - harga produksi yang digunakan untuk menghasilkan outputnya.

Prof. Dr. R. Slot juga mengemukakan batasan yang hampir sama, biaya merupakan nilai uang alat-alat produksi yang dikorbankan rumah tangga perusahaan pada proses produksinya. Mursyidi (2010:14) mengemukakan bahwa biaya adalah 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. Firdaus dan Wasilah (2012: 22) menyatakan bahwa 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. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa biaya (cost) merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan manfaat di masa depan serta merupakan komponen penting untuk menentukan harga jual produk atau jasa. Dalam perusahaan penghasil laba, manfaat di masa depan biasanya berarti pendapatan.

b. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya keberhasilan dalam merencanakan dan mengendalikan biaya tergantung pada pemahaman yang menyeluruh atau hubungan antara biaya dan aktivitas bisnis. Menurut Firdaus dan Wasilah (2012: 23) “manajemen dapat melakukan pengklasifikasian biaya atas dasar objek biaya, perilaku biaya, periode akuntansi dan menurut fungsi manajemen atau jenis kegiatan fungsional”.

a. Objek Biaya

Menurut Raiborn dan Kinney (2011 : 34) “Objek biaya adalah segala sesuatu yang diinginkan oleh manajemen untuk mengumpulkan atau mengakumulasikan biaya”. Firdaus dan wasilah (2012 : 23) mengemukakan

bahwa “objek biaya merupakan suatu dasar yang digunakan untuk melakukan perhitungan biaya”. Sedangkan menurut Herman (2013 : 34) “objek biaya adalah sesuatu untuk mana seseorang mengeluarkan biaya sebagai basis untuk mengukurnya”. Dari penjelasan para ahli dapat disimpulkan bahwa objek biaya adalah biaya yang dikeluarkan atau segala sesuatu yang diinginkan oleh manajemen yang digunakan sebagai dasar di dalam perhitungan biaya. Firdaus dan Wasilah (2012 : 23) mengemukakan bahwa “objek biaya berdasarkan pada produk, jasa, proyek, konsumen, merek, aktivitas”.

b. Perilaku Biaya

Menurut Halim, dkk (2013 : 21) mengemukakan bahwa “perilaku biaya adalah pola perubahan biaya dalam kaitannya dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas perusahaan (misalnya volume produksi atau volume penjualan)”. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku biaya adalah pola perubahan biaya dalam merespon perubahan kegiatan aktivitas bisnis sebuah perusahaan. Berdasarkan hubungannya dengan kegiatan perusahaan, biaya dapat digolongkan atas :

1. Biaya tetap

Halim, dkk (2013 : 23) “ biaya tetap adalah biaya- biaya yang di dalam jarak kapasitas tertentu totalnya tetap, meskipun volume kegiatan perusahaan berubah- ubah”.

Firdaus dan Wasilah (2012 : 28) mengemukakan bahwa: Biaya tetap adalah biaya- biaya yang secara total tetap tidak berubah dengan adanya perubahan tingkat kegiatan atau volume dalam batas- batas dari tingkat kegiatan yang relevan atau dalam periode waktu tertentu. Sedangkan

menurut Rudianto (2013 : 19) “biaya tetap yaitu biaya yang relatif tidak akan berubah walaupun terjadi tingkat perubahan aktivitas dalam batas tertentu”. Dengan demikian biaya tetap adalah biaya – biaya yang tidak akan berubah walaupun terjadi perubahan pada tingkat kegiatan atau volume dalam periode waktu tertentu atau tetap termasuk dalam batas - batas tertentu.

2. Biaya variabel

Firdaus dan Wasilah (2012 : 26) mengemukakan bahwa “biaya variabel adalah biaya- biaya yang dalam total berubah secara langsung dengan adanya perubahan tingkat kegiatan atau volume, volume produksi ataupun volume penjualan”. Menurut Halim, dkk (2013 : 21) “biaya variabel adalah biaya- biaya yang totalnya selalu berubah secara proporsional (sebanding) dengan perubahan volume kegiatan perusahaan”. Sedangkan menurut Rudianto (2013 : 18) “biaya variabel yaitu biaya yang akan selalu berfruktusi sejalan dengan perubahan tingkat aktivitas perusahaan”. Dengan demikian biaya variabel adalah biaya yang terus berubah - ubah sesuai dengan perubahan yang terjadi pada tingkat kegiatan perusahaan baik tingkat produksi ataupun tingkat penjualan. Contoh: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, sebagian biaya overhead pabrik seperti penyusutan aktiva tetap pabrik yang dihitung berdasarkan jumlah unit produksi, komisi penjualan.

3. Biaya semivariabel

Firdaus dan Wasilah (2012 : 29) mengemukakan bahwa “biaya semi variabel adalah biaya- biaya yang mempunyai atau mengandung unsur tetap dan unsur variabel”. Menurut Halim, dkk (2013 : 26) “biaya semi variabel adalah biaya - biaya yang totalnya selalu berubah tetapi tidak proporsional

dengan perubahan volume kegiatan perusahaan”. Sedangkan menurut Rudianto (2013:19) “biaya semi variabel adalah satu jenis biaya yang sebagian mengandung komponen variabel dan sebagian lagi mengandung sifat tetap”. Dengan demikian biaya semi variabel adalah biaya - biaya yang mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel. biaya listrik dan biaya telepon adalah contoh dari biaya semi variabel, biaya tetapnya adalah biaya abonemen bulanan sedangkan biaya yang sifatnya variabel adalah biaya pemakaiannya.

c. Periode Akuntansi

Dalam pengklasifikasian biaya sehubungan dengan periode akuntansi, biaya- biaya dibedakan berdasarkan waktu. Sehubungan dengan periode akuntansi firdaus dan Wasilah (2012 : 30) mengemukakan ada dua kategori kelompok biaya, yaitu:

1. Biaya produk

Biaya produk adalah biaya- biaya yang berhubungan dengan menghasilkan suatu produk, yaitu bahan langsung, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik

2. Biaya periode

Biaya periode adalah biaya- biaya yang berhubungan dengan periode waktu atau periode akuntansi , tetapi tidak berhubungan dengan produk.

Garrison, dkk (2006 : 54) “biaya produk mencakup semua biaya yang terkait dengan pemerolehan atau pembuatan suatu produk”. Sedangkan menurut Garrison, dkk (2006 : 55) “ biaya periode adalah semua biaya yang tidak termasuk dalam biaya produk”. Dari penjelasan para ahli dapat disimpulkan bahwa biaya produk adalah biaya yang digunakan pada saat membuat suatu

produk yang terdiri atas biaya bahan langsung, tenaga kerja dan overhead pabrik sedangkan biaya periode adalah biaya - biaya diluar dari biaya produk misalnya biaya pemasaran dan biaya administrasi.

d. Menurut Fungsi Manajemen atau Jenis Kegiatan Fungsional

Pada jenis kegiatan fungsional maka menurut Firdaus dan Wasilah (2012: 31) biaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Biaya produksi, biaya- biaya yang terjadi untuk menghasikan produk sehingga siap untuk dijual.
2. Biaya penjualan, biaya- biaya yang terjadi untuk menjual suatu produk dan jasa.
3. Biaya umum administrasi, biaya- biaya yang terjadi untuk memimpin, mengendalikan, dan menjalankan suatu perusahaan.

c. Pengertian Biaya Produksi (biaya manufaktur) dan Biaya Operasi (biaya non manufaktur)

Terdapat 5 jenis biaya pada perusahaan manufaktur, biaya tersebut tidak digabungkan menjadi satu kelompok biaya. Kelima jenis biaya tersebut dikelompokkan lagi ke dalam 2 kelompok. Hal ini berguna untuk mengetahui dengan jelas biaya - biaya yang membentuk suatu produk dan biaya - biaya yang berkaitan dengan aktivitas operasi.

Firdaus dan Wasilah (2012 : 41) “biaya produksi (*manufacturing cost*) merupakan biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan manufaktur atau memproduksi suatu barang terdiri atas bahan langsung, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik”. Sedangkan menurut Herman (2013: 42) “biaya manufaktur yaitu entiti yang mentransformasikan bahan menjadi produk jadi dengan menggunakan investasi modal berupa mesin dan fasilitas produksi lain serta jasa

tenaga kerja langsung”. Dengan demikian biaya produksi (biaya manufaktur) adalah biaya yang digunakan dalam kegiatan manufaktur atau memproduksi suatu barang yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

Rudianto (2013: 16) mengemukakan bahwa biaya produksi pada perusahaan manufaktur terdiri atas biaya - biaya sebagai berikut:

1. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku adalah biaya perolehan semua biaya yang pada akhirnya akan menjadi bagian dari objek biaya (dalam proses kemudian barang jadi) dan yang dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara yang ekonomis.

2. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dibyarkan kepada tenaga kerja langsung. istilah tenaga kerja langsung digunakan untuk menunjukkan tenaga kerja (buruh) yang terlibat secara langsung dalam proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi.

3. Biaya overhead pabrik (biaya produksi tidak langsung)

Biaya overhead pabrik adalah seluruh biaya manufaktur yang terkait dengan objek biaya namun tidak dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dengan cara yang ekonomis.

Biaya overhead di beakan menjadi tiga kelompok :

a. Biaya bahan penolong (bahan tidak langsung)

Biaya bahan penolong adalah bahan tambahan yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk tertentu.

b. Biaya tenaga kerja penolong (tenaga kerja tidak langsung).

Biaya tenaga kerja penolong adalah pekerja yang dibutuhkan dalam proses menghasilkan suatu barang tetapi tidak terlibat secara langsung dalam proses produksi.

c. Biaya pabrikasi lain.

Biaya pabrikasi lain adalah biaya - biaya tambahan yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk selain biaya bahan penolong. Rudianto (2013: 17) "biaya non produksi merupakan biaya untuk memasarkan produk perusahaan hingga sampai ke tangan konsumen serta keseluruhan biaya yang berkaitan dengan proses administrasi yang dilakukan perusahaan". Sedangkan menurut herman (2013: 49) "biaya non manufaktur merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan pasca produksi. Dengan demikian biaya non produksi (biaya non manufaktur) adalah seluruh biaya yang diluar dari kegiatan memproduksi suatu barang yang terdiri dari biaya pemasaran dan biaya administrasi. Rudianto (2013: 17) mengemukakan bahwa biaya non produksi pada perusahaan manufaktur terdiri atas biaya - biaya sebagai berikut:

1. Biaya pemasaran.

Biaya pemasaran digunakan untuk menampung keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan ketika mendistribusikan barang dagangannya hingga sampai ke tangan pelanggan, biaya pengiriman dan lain - lain.

2. Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum digunakan untuk manampung keseluruhan biaya operasi kantor. Biaya ini mencakup gaji direktur, gaji sekretaris, biaya listrik, biaya telepon, biaya penyusutan bangunan dan lain – lain.

B. Pengendalian.

Proses pengendalian terdiri dari suatu rangkaian aktivitas yang diharapkan dapat menjamin bahwa suatu rencana benar- benar dilaksanakan atau dimodifikasi sesuai dengan perubahan- perubahan yang terjadi. Sehingga pengendalian sangat diperlukan bagi perusahaan- perusahaan.

Pengendalian atau kontrol (*controlling*) meliputi aktivitas untuk memastikan bahwa perencanaan telah dilaksanakan dan telah disesuaikan dengan kondisi yang ada dan lingkungan yang selalu berubah yang dikemukakan oleh Garrison, dkk (2006 : 5). Firdaus dan Wasilah (2012 : 15) mengemukakan bahwa: Pengendalian merupakan upaya untuk mengadakan perbandingan secara terus menerus antara pelaksanaan atau hasil yang sesungguhnya dengan program-program atau anggaran yang telah disusun dan dengan segera melakukan tindakan perbaikan atas penyimpangan yang berarti atau terhadap kegagalan yang dialami untuk memenuhi hasil yang hendak dicapai.

Halim, dkk (2013 : 5) mengemukakan bahwa “ pengendalian adalah proses yang menjamin bahwa organisasi melaksanakan strateginya sesuai dengan tujuan yang diharapkan”. Sedangkan Lili dan Bedjo (2004 : 27) mengemukakan bahwa “pengendalian (*controlling*) merupakan aktivitas manajemen yang berkaitan dengan penentuan sejauh mana tujuan dan rencana suatu perusahaan itu dapat dicapai”.

Penjelasan para ahli dapat disimpulkan bahwa pengendalian adalah suatu usaha untuk melakukan perbandingan secara kontinyu antara pelaksanaan dan perencanaan yang ditetapkan untuk mencapai tujuan- tujuan yang diharapkan. Dengan adanya pengendalian ini dapat diharapkan bahwa walaupun terjadi penyimpangan dari rencana semula maka penyimpangan itu tidak akan meleset terlalu jauh.

a. Alat-Alat Pengendalian.

1. Anggaran.

Menurut Mardiasmo (2009 dalam buku Halim dan Kusufi 2014:22) “anggaran merupakan pernyataan mengenai estimasi kinerja yang hendak dicapai selama periode waktu tertentu yang dinyatakan dalam ukuran finansial”. Menurut Halim dan Kusufi (2012 dalam buku Halim dan Kusufi 2014:22) “anggaran merupakan rencana kegiatan yang diwujudkan dalam bentuk finansial”. Sedangkan menurut Halim, dkk (2013:202) “Anggaran adalah suatu rencana yang dinyatakan secara kuantitatif, umumnya dalam bentuk satuan uang untuk jangka waktu tertentu”. Dengan demikian anggaran dapat diartikan sebagai suatu rencana kegiatan dalam bentuk finansial dan kuantitatif dalam satuan uang yang digunakan dalam jangka waktu tertentu.

2. Biaya Standar.

Horngren (2012:269 dalam buku Firdaus dan Wasilah 2013:338) “Biaya standar (*standard cost*) yaitu *a carefully determination cost used as a benchmark for judging performance*”. Definisi tersebut menyatakan bahwa biaya standar merupakan suatu tingkat pengukur yang dipilih secara berhati-hati untuk melakukan penilaian atau suatu kinerja. Menurut Raiborn dan Kinney (2011 :335)

“sistem biaya standar menggunakan standar (*standard*), yang merinci perkiraan biaya dan kuantitas yang dibutuhkan untuk pembuatan unit tunggal produk.

Biaya standar adalah suatu tingkat pengukur yang dipilih secara berhati-hati dengan menggunakan standar yang merinci pada perkiraan biaya untuk suatu produk.

3. *Target Costing*

Target costing pada umumnya berbeda dengan alat pengendalian lainnya seperti anggaran dan biaya standar. *Target costing* merupakan alat pengendalian biaya yang akhirnya akan berujung pada pengurangan biaya.

C. TARGET COSTING.

1. Pengertian *Target Costing*.

Perhitungan *target costing* merupakan metode pengerjaan terbalik dari harga untuk menentukan biaya yang dikemukakan oleh Hansen & Mowen (2005 : 359). Tujuan utama dari *target costing* ini adalah peluncuran produk dengan ongkos rendah dan harga murah. Menurut Hansen & Mowen (2005: 358) “perhitungan *target costing* adalah suatu metode penentuan biaya produk atau jasa berdasarkan harga (harga target) yang bersedia dibayar oleh pelanggan”. Menurut Garrison, dkk (2006 : 541) “perhitungan biaya target adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan untuk suatu produk baru dan kemudian mengembangkan sebuah contoh yang dapat dibuat dengan menguntungkan berdasarkan angka biaya target maksimum tersebut”.

Rudianto (2013 : 145) "*target costing* adalah metode penentuan biaya produksi di mana perusahaan terlebih dulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan". Menurut horngren, dkk (1999 : 187) "*target costing is a cost management tool for making cost reduction a key focus throughout the life of a product*". Yang artinya adalah *target costing* adalah alat manajemen biaya untuk membuat pengurangan biaya menjadi fokus utama sepanjang hidup produk".

Hilton (1999 : 219) menyatakan bahwa "*target costing is the design of product and the processes use to produce it, so ultimately the product can be manufactured at a cost that will a firm to make a profit when the product is sold at an estimated market driven price*". Yang artinya *target costing* adalah desain produk dan proses yang digunakan untuk memproduksi , sehingga pada akhirnya produk dapat diproduksi dengan biaya yang akan membuat perusahaan untuk mendapatkan keuntungan jika produk dijual dengan harga pasar yang diperkirakan.

Mulyadi (2007:421 dalam Gerungan 2013:866) menjelaskan bahwa "*target costing* adalah suatu metode penentuan biaya produk atau jasa yang didasarkan pada harga (*target price*) yang diperkirakan dapat diterima oleh konsumen". Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2005:702 dalam Gerungan 2013:866) "*target costing is a method of a determining the cost of*

product or service based on the price (target price) that customer are willing to pay". Yang artinya *target costing* adalah metode dari penentuan biaya produk atau jasa berdasarkan harga (harga target) pelanggan yang bersedia membayar. Dari pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa *target costing* merupakan penggabungan manajemen biaya dan perencanaan laba untuk penurunan biaya serta metode penetapan biaya produk yang paling tepat, dan kemudian mendesain dan memproduksi produk yang memenuhi biaya tersebut.

2. Tujuan target costing.

Target costing memiliki tujuan di dalam penerapannya. Menurut Herman (2013 : 185) menyatakan bahwa:

1. *Target costing* dapat membantu manajer menetapkan keputusan tentang penurunan harga dari produk untuk menembus pasar tertentu.
2. Untuk membunuh saingan atau memaksanya keluar dari pasar.
3. Untuk pasar yang tidak kompetitif, *target costing* dapat menganalisa apakah suatu produk menguntungkan atau tidak.
4. Untuk memutuskan berapa biaya maksimum untuk produk tertentu.
5. Untuk mempertinggi efisiensi dalam produksi dan pemasaran serta aspek administrasi.
6. Membantu manajer untuk menghemat pajak karena biaya maksimum telah ditetapkan sehingga laba kena pajak dapat ditentukan di muka.

3. Model target costing

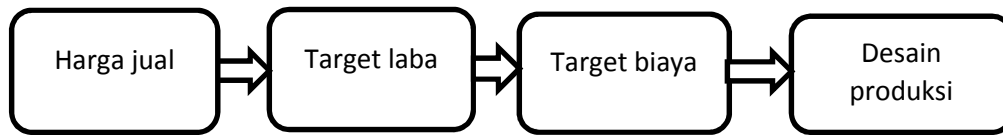
Metode yang digunakan *target costing* dengan metode lainnya dalam pembuatan produk sangat berbeda. Target biaya ditentukan pada tahap pertama kemudian dirancang produk yang sesuai dengan biaya yang telah ditetapkan

sedangkan metode lainnya merancang dan menghasilkan produknya baru kemudian menghitung biayanya. Rudianto (2013 : 145) mengemukakan bahwa “metode *target costing* ini memiliki keunggulan yaitu, harga jual produk ditentukan terlebih dulu sedangkan target margin laba dan *target cost* ditetapkan kemudian”. Jika target margin laba ditingkatkan, maka perusahaan harus melakukan penghematan dan perekayasa nilai pada biaya produksi serta biaya non produksi untuk mencapai *target cost* yang ditetapkan berdasarkan harga jual. Selanjutnya Rudianto (2013 : 145) juga mengemukakan bahwa “*target costing* sendiri dapat tercapai jika manajemen perusahaan mendesak setiap unsur dalam organisasi melakukan efisiensi atau mengurangi pemborosan yang ada”.

Target costing bukan hanya merupakan teknik perhitungan biaya, tetapi juga penetapan harga dengan pendekatan yang lebih aktif terhadap manajemen biaya yang menggambarkan suatu kepercayaan bahwa biaya paling baik dikelola oleh keputusan yang dibuat selama pengembangan produk.

4. Model Penerapan *Target Costing*.

Pada dasarnya pendekatan *target costing* berbeda dengan pendekatan lainnya, dimana pada *target costing* ditentukan terlebih dahulu harga jual dan target laba yang diharapkan setelah itu menentukan target biayanya kemudian merancang produk yang sesuai dengan biaya yang diinginkan. Seperti yang terlihat pada bagan alur *target costing* berikut:



Gambar 2.1 Sumber : Rudianto (2013:145)

5. Prinsip –Prinsip *Target Costing*.

Witjaksono ,dikutip oleh Febriana M.longdong (2016) 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 bukan hal gampang.harga juala kerap ditentukan oleh pasar, sehingga harga digunakan untuk menentukan target biaya.

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

b. Fokus pada pelanggan

Kehendak atau kebutuhan pelanggan akan kualitas,biaya dan fungsi secara simultan terdapat dalam produk dan dimanfaatkan dalam 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 pandangan 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 rekaya harus dilakukan sebelum proses produksi, dengan tujuan menekanka biaya dan mengurangi waktu terutama bagi produk baru.

6. Langkah Mengimplementasikan Target Costing.

Sebuah perusahaan yang Ingin menggunakan metode *target costing*, manajemen perusahaannya harus benar- benar memahami metode ini dengan baik dan tepat serta harus mengetahui langkah-lahkah apa saja yang harus dilakukan pada saat mengimplementasikannya.

a. Menentukan harga jual yang kompetitif

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

b. Menentukan laba yang diharapkan

Setelah dapat menentukan harga jual produknya dengan mempertimbangkan mekanisme pasar yang berlaku, perusahaan harus menentukan harga jual per unit produknya. Penentuan harga jual per unit produk ini dipengaruhi oleh berbagai hal terkait, seperti pangsa pasar yang ingin diperoleh, tingkat pertumbuhan yang ingin dicapai perusahaan, volume penjualan yang direncanakan, dan sebagainya.

c. Menetapkan target biaya

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

d. Melakukan rekayasa nilai

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

e. Menggunakan Kaizen

Kaizen berarti perbaikan secara terus menerus untuk mencari cara yang lebih baik dalam proses pengerjaan sesuatu. *Kaizen costing* berarti metode perhitungan biaya di mana secara terus menerus berupaya mencari cara baru untuk menurunkan biaya dalam proses pembuatan produk dengan desain dan fungsionalitas yang ada.

7. Kendala Menerapkan Target Costing

uraian diatas dapat dibayangkan bahwa penerapan target costing ternyata tidak mudah.berikut ini adalah kendala dalam menerapkan *target costing* dalam perusahaan.

- a. Konflik antar kelompok dan atau antar anggota kelompok.
- b. Karyawan yang mengalami burnout karena tuntutan target penyelesaian pekerjaan.
- c. Target waktu penyelesaian yang terpaksa ditambah.
- d. Sulitnya melakukan pengaturan atas berbagai factor penentu keberhasilan *target costing*.

Dengan demikian sanagt disarankan bagi perusahaan yang tertarik untuk menarpakan *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 mengenai pencapaian sasaran keberhasilan orgnisasi secara keseluruhan.

D. Laba

1. Konsep Laba

Laba dapat dijadikan sebagai alat pengukur efisiensi, dengan kata lain semakin besar laba yang diperoleh maka semakin efisien produktifitas sebuah perusahaan. Suwardjono (2013: 464) mengemukakan bahwa:

Laba adalah kenaikan asset dalam suatu perioda akibat kegiatan produktif yang dapat dibagi atau didistribusi kepada kreditor, pemerintah, pemegang saham (dalam bentuk bunga, pajak, dan dividen) tanpa mempengaruhi keutuhan ekuitas pemegang saham semula. Secara fundamental, akuntan menghitung laba (*profit*) sama halnya dengan individu lainnya didunia ini. Formula dasar adalah:

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{Total pendapatan} - \text{Total biaya} \\ &\text{atau} \\ \text{Laba} &= \text{Harga} - \text{Pokok} \end{aligned}$$

Dengan demikian laba adalah kenaikan atau kelebihan pendapatan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan saat memproduksi, penyerahan barang dan jasa hingga pembayaran pajak, bunga dan lain- lain. Secara umum laba dibedakan menjadi tiga jenis yaitu:

a. Laba Kotor

“Pendapatan dikurangi dengan pengorbanan ekonomis yang dilakukan oleh fungsi produksi, selisihnya disebut dengan laba kotor” menurut Herman (2013:107). Sedangkan menurut Toto (2013 : 34) “laba kotor (*gross profit margin*) adalah penjualan dikurangi dengan harga pokok penjualan”. Dengan demikian laba kotor dapat di formulasikan sebagai berikut :

$$\text{Laba kotor} = \text{Penjualan} - \text{Harga pokok penjualan}$$

b. Laba Operasi

Menurut Bramantyo (2008 : 24) “laba operasi adalah penjualan yang dikurangi dengan harga pokok produksi dan semua biaya dalam menjalankan perusahaan secara normal”. Sedangkan menurut Edi Herman (2013 : 107) “hasil kotor dari fungsi utama dikurangi dengan fungsi operasi untuk memperlihatkan laba operasi”. Dengan demikian laba operasi dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Laba operasi} = \text{Laba kotor} - \text{biaya penjualan} - \text{biaya administrasi}$$

c. Laba Bersih

Menurut Bramantyo (2008 : 24) “laba bersih adalah laba yang dikurangi bunga pinjaman, biaya lain- lain, ditambah pendapatan lain- lain dan dikurangi pajak”. Dengan demikian laba bersih dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Laba bersih} = \text{Laba operasi} - \text{bunga} - \text{pajak} + \text{pendapatan lain-lain}$$

2. Konsep harga jual

Teori harga, harga jual yang terbaik adalah yang dapat memaksimalkan laba perusahaan, maksimum laba terjadi pada saat perbedaan antara pendapatan total dengan biaya total dalam jumlah yang paling besar. Menurut Bakhtiar, dkk (2012:160) “harga ialah nilai tukar suatu produk yang dinyatakan dalam satuan moneter atau uang”. Menurut Hansen, dkk (2001 dalam Bakhtiar,

dkk 2012: 160) mendefenisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”.

Menetapkan harga jual produk merupakan salah satu persoalan rumit yang dihadapi oleh manajemen menurut Rudianto (2013: 127), karena hal ini sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Menurut Garrison (2006: 532) “harga jual merupakan penyeimbang yang sensitif”. Hal ini dikarenakan harga jual yang terlalu tinggi akan membuat masyarakat tidak membeli atau mengurangi jumlah pembelian produk, sehingga perusahaan tidak akan memperoleh pendapatan yang cukup, begitu pula sebaliknya harga jual yang terlalu rendah akan membuat perusahaan tidak mampu mencapai laba usaha yang direncanakan. Dengan demikian manajemen perusahaan harus memerlukan berbagai pertimbangan dalam penetapan harga jual baik dari segi biaya produksi, biaya.

E. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
1.	Febriana martina longdong 2016	Penetapan target costing dalam perencanaan biaya produksi pada CV.Sinar Mandiri	Metode yang digunakan analisis deskriptif	Dalam proses penerapan <i>target costing</i> dalam perencanaan biaya produksi terdapat biaya yang dapat ditekan dengan menggunakan rekayasa nilai sehingga kesimpulannya yaitu penerapan pendekatan <i>target costing</i> dengan menggunakan pengendalian biaya berupa rekayasa nilai mampu menekan biaya pada saat proses perencanaan produksi, terbukti dari semakin besar jumlah keuntungan yang bias diperoleh dan tercapainya target keuntungan yang diharapkan.
2.	Nurul iksan arifin, Herman karamoy,Meily kalao 2016	Analisis target <i>costing</i> dalam upaya pengurangan biaya produksi untuk peningkatan laba kotor pada Mandala Bakery	Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara.	Metode <i>target costing</i> sangat efisien untuk diterapkan dalam perhitungan biaya produksi di Mandala Bakery
3.	Citra khaira	Analisis	Metode	Hasil penelitian ini

	rachmatullah, Epi Fitriah, Rini Lestari	penerapan target costing untuk meningkatkan laba perusahaan	penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan studi kasus	menyatakan bahwa penerapan <i>target costing</i> untuk meningkatkan laba cv. onderhoud company menunjukkan kriteria memadai.
4.	Eka Gusti Anugrah, Iman Mas'ud, Niningsih Wahyuni 2017	Penerapan <i>target costing</i> dalam pengelolaan biaya produksi untuk optimalisasi laba	Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan <i>Target Costing</i> pada Sumber Madu adalah cocok dan baik diterapkan. Penerapan metode tersebut dapat meningkatkan laba, sesuai dengan laba yang diharapkan oleh pihak Sumber Madu. Selain itu Sumber Madu juga dapat mengontrol biaya produksi pada produk-produknya dengan baik
5.	Fransiska kusuma dewi 2017	Analisis pendekatan <i>target costing</i> sebagai alat untuk melakukan efisiensi produksi studi kasus pada "Akhsa Jaya Lampung"	Metode penelitian ini adalah studi kasus dan analisis deskriptif	Berdasarkan Hasil penelitian target costing menunjukkan bahwa ada efisiensi sebesar Rp.4.286.82/kg. efisiensi tersebut merupakan perbedaan perhitungan target costing dan perhitungan perusahaan.
6.	Jurgen Malue 2013	Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Sebagai Sistem pengendalian	Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif,	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa dengan adanya <i>target costing</i> , perusahaan

		biaya produksi pada Celebes Mina Pratama Pt	dimana data diperoleh melalui wawancara dengan pihak perusahaan seperti data biaya perusahaan.	dapat melakukan pengendalian atas biaya yang lebih baik jika dibandingkan dengan metode yang selama ini digunakan oleh perusahaan.
7	Henri Paulus Gerungan	Pendekatan <i>target costing</i> sebagai alat penilaian efisiensi produksi pada Pt.Tropica Cocoprime	Metode komparatif	Hasil penelitian perbandingan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan menurut <i>target costing</i> ,diketahui menggunakan <i>target costing</i> ,dimana dengan menggunakan <i>target costing</i> perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya 2011 sebesar 18,12% dan tahun 2012 2,70%.
8.	Anngasta Giovani 2015	Analisis penerapan metode <i>target costing</i> dalam penentuan harga jual dan efisiensi biaya produksi pada Restoran Ribbone Hause	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil perbandingan total biaya yang dikeluarkan menurut perusahaan,dengan metode <i>target costing</i> ,diketahui lebih efisien menggunakan <i>target costing</i> dimana dengan menggunakan <i>target costing</i> perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya bahan baku langsung Rp.727/porsi,tenaga kerja langsung Rp.494/porsi dan biaya overhead

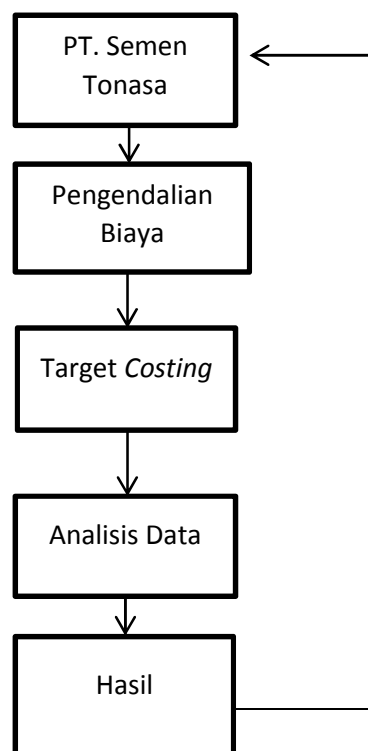
				Rp.436/porsi
9.	WidyaLlestari	Analisis penerapan target costing untuk pengendalian biaya service(Studi Kasus Pada Cv.Mahakam Jaya Safety)	Metode kualitatif dan kuantitatif	Hasil penelitian setelah menggunakan <i>target costing</i> perusahaan mengalami peningkatan sebesar 1% walaupun tidak terlalu tinggi tapi cukup untuk mengoptimalkan laba.
10.	Erni Apriyanti 2014	Penerapan Metode Target Costing Dalam Perhitungan Harga Poko Produksi	Metode kualitatif dengan studi deskriptif	Hasil penelitian sbb:1.berdasarkan RKAP dan pencapaian realisasi produksi ternyata perhitungan <i>target costing</i> untuk tahun 2012 mengalami kenaikan. 2.apabila dilakukan perhitungan biaya produksi dengan target costing maka perusahaan dapat menghemat biaya produksi sebesar 2% sampai 4%. 3.terdapat peningkatan dalam menentukan harga jual per-zak.

F. Kerangka fikir

Setiap produk yang dihasilkan oleh perusahaan bertujuan untuk bisa memperoleh laba yang diharapkan atau laba semaksimal mungkin. Namun dengan adanya persaingan yang semakin ketat, maka harga jual ditentukan oleh pasar, sehingga perusahaan harus mampu menghasilkan produk dengan biaya serendah-rendah mungkin agar perusahaan bisa tetap bersaing.

Target *costing* merupakan suatu metode perencanaan laba dan manajemen biaya yang difokuskan kepada suatu produk agar dapat menekan biaya sehingga biaya yang dikeluarkan bisa seefisien mungkin, agar dengan harga jual yang telah ditentukan oleh pasar, perusahaan bisa mendapatkan laba yang diharapkan.

Efisiensi sering dihubungkan dengan biaya, karena dengan adanya efisiensi biaya perusahaan berharap bisa mendapatkan laba yang diharapkan atau bisa meningkatkan labanya. Target *costing* perlu diterapkan karena menyangkut seberapa besar biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan agar perusahaan mendapatkan laba yang diharapkan. Dengan demikian dengan adanya *target costing* perusahaan diharapkan bisa melakukan pengendalian efisiensi biaya pada produk, sehingga dengan harga jual yang telah ditentukan perusahaan bisa memperoleh laba yang diharapkan. Untuk lebih jelasnya kerangka pikir dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

G. Hipotesis

Diduga bahwa target *costing* dapat digunakan sebagai alat pengendalian biaya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yaitu data informasi yang berupa symbol angka atau bilangan. Berdasarkan symbol -symbol angka tersebut, perhitungan secara kuantitatif dapat dilakukan untuk menghasilkan kesimpulan yang berlaku umum didalam suatu parameter. Serta data kualitatif, yaitu data berupa informasi dari hasil studi kepustakaan dan beberapa sumber yang berguna bagi penulis ini.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan maka penulis memilih obyek penelitian pada PT.Semen Tonasa Pangkep Kab. Pangkep yakni perusahaan yang bergerak dibidang industry semen. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang lebih 2 (dua) bulan yaitu bulan September sampai dengan oktober tahun 2018.

3. Sumber data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi ,wawancara langsung dengan staff accounting dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data perusahaan berupa data historis PT. Semen Tonasa Pangkep serta referensi lain yang relevan dengan penelitian ini.

B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan suatu hal yang penting dalam penelitian. Kejelasan suatu definisi data yang diperlukan dan alat yang akan digunakan dalam penelitian. Berdasarkan variabel dari penelitian ini maka dikemukakan definisi operasional variabel dari masing- masing variabel sebagai berikut:

- a. *Target costing* adalah biaya yang seharusnya dikeluarkan oleh perusahaan PT. Semen Tonasa Pangkep agar dengan harga jual yang telah ditentukan, perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkannya.
- b. Efisiensi biaya adalah ketepatan pada perusahaan PT.Semen Tonasa Pangkep dalam penggunaan atau pengelolaan biaya yang terdiri atas biaya produksi dan biaya non produksi, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan.

2. Pengukuran Variabel

Adapun pengukuran variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel *target costing* diukur dengan harga jual dikurang dengan laba yang diharapkan yang dinilai dalam satuan rupiah.
- b. Variabel efisiensi biaya diukur dengan menjumlahkan antara biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik) dan biaya non produksi (biaya penjualan dan biaya administrasi) yang dinilai dalam satuan rupiah pada periode tertentu.

C. Teknik Pengumpulan Data.

Mengelolah data serta keterangan yang diperoleh dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

- a. Observasi yaitu mengadakan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mendapatkan data yang menyangkut kondisi dan posisi perusahaan, struktur organisasi dan sejarah perusahaan.
- b. Wawancara yaitu bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya langsung dengan staff accounting tentang data keuangan, jenis produk dan informasi yang erat dengan masalah penelitian.
- c. Dokumentasi yaitu cara pengumpulan data dengan melihat catatan/ dokumen yang ada dalam perusahaan berupa biaya produksi dan biaya non produksi, laporan laba rugi, harga jual, volume produksi, volume penjualan serta data- data keuangan lainnya yang dibutuhkan dalam penelitian.

D. Rancangan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu yang bertujuan untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi seperti menjelaskan dan menggambarkan hasil-hasil observasi dan menjabarkan data-data yang diperoleh dengan menggunakan metode pendekatan *target costing*.

Penentuan pendekatan target costing Menurut Garrison, dkk (2006: 541) biaya target untuk suatu produk dihitung dengan mulai pada harga jual yang diantisipasi dan kemudian mengurangnya dengan laba yang diinginkan, sebagai berikut:

Dimana:

$$\text{Biaya target} = \text{Harga jual yang diantisipasi} - \text{laba yang diinginkan}$$

- a. Harga jual yang diantisipasi merupakan harga yang bersedia dibayar oleh pelanggan atau dengan kata lain harga jual yang berlaku di pasar.
- b. Laba yang diinginkan merupakan margin laba yang ditargetkan perusahaan dalam penjualan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Nama dan Sejarah Perusahaan

1. Pabrik Semen Tonasa I

Pabrik Semen Tonasa I ini terletak di Kelurahan Tonasa, Kecamatan Balocci, Kabupaten Pangkep Provinsi Sulawesi Selatan, yang didirikan berdasarkan ketepatan Majelis Permusyawaratan Rakyat Sementara RI No. II/MPRS/1960 tanggal 6 Desember 1960. Pada tanggal 15 Juni 1960 diadakan survey bahan baku yang dilakukan team Technoexport Cekoslowakia dengan dibantu oleh lembaga Geologi Bandung dari tanggal 8 Agustus 1960 sampai dengan tanggal 5 Mei 1961. Sedangkan analisa bahan baku dilakukan oleh Balai penelitian Kimia Makassar.

Pabrik Semen Tonasa I didirikan di atas tanah seluas 639,7 hektar dengan luas bangunan $55,182m^2$ dan beroperasi dengan kapasitas terpasang 20.000 ton semen pertahun. Pembangunan pabrik semen ini dimulai sejak tahun 1960-1968, yang pengoperasiannya diresmikan oleh menteri perindustrian M. Yusuf pada tanggal 2 November 1968. Berdasarkan peraturan pemerintah RI No. 54 tahun 1971 tanggal 8 September 1971, pabrik Semen Tonasa I yang berstatus proyek ditetapkan sebagai BUMN yang berbentuk perusahaan umum (perum). Kemudian dengan peraturan pemerintah No.1 tahun 1975 tanggal 9 Januari 1975, bentuk perum tersebut diubah menjadi perusahaan perseroan. Dalam perkembangan operasinya terjadi beberapa perubahan diantaranya kenaikan harga bahan bakar minyak sehingga lambat laun operasional pabrik dengan menggunakan proses basah, dianggap tidak ekonomis lagi. Disamping itu pabrik Semen Tonasa II sudah mulai beroperasi yang berakibat pada

penghentian operasi pabrik Semen Tonasa I yang dilaksanakan pada bulan November 1984.

2. Pabrik Semen Tonasa II

Dalam perkembangan selanjutnya didirikan pabrik Semen Tonasa II pada tahun 1976 berdasarkan BAPPENAS No.023/XC-LC/B.V/76 dan No.2854/D.I/IX/76 tanggal 2 September 1976. Pembangunan pabrik Semen Tonasa II ini merupakan hasil kerja sama pemerintah RI dengan pemerintah Kanada. Pabrik Semen Tonasa II ini menggunakan proses kering dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1980 dengan kapasitas terpasang 510.000 ton semen pertahun dan pada tahun 1991 pabrik dioptimalisasikan secara swakelola menggunakan dana dan tenaga sendiri sehingga kapasitas produksinya meningkat menjadi 590.000 ton semen pertahun. Pabrik ini terletak di Desa Biringere, Kecamatan Bungoro, Kabupaten Pangkajene dan kepulauan dengan jarak 23 km dari pabrik Semen Tonasa I yang diresmikan oleh presiden Soeharto tanggal 28 Februari.

3. Pabrik Semen Tonasa III

Dengan meningkatnya kebutuhan semen, maka didirikan pabrik Semen Tonasa III yang lokasinya berdekatan dengan pabrik Semen Tonasa II berdasarkan persetujuan BAPPENAS No. 32/XC-LC/B.V/1981. Pembangunan pabrik Semen Tonasa III ini dilaksanakan atas kerjasama RI dengan pemerintah Jerman Barat, yang selesai pada akhir tahun 1984, dan diresmikan pada tanggal 13 April 1985 oleh presiden Soeharto bersama-sama dengan perdana menteri Singapura Lee Kwan Yew, dengan besar biaya investasi pabrik ini adalah Rp98.807.000.000,00 yang beroperasi dengan menggunakan BCO dan pada

tahun 1987 penggunaan bahan bakar BCO pada pabrik Semen Tonasa II dan III diganti dengan menggunakan bahan bakar batu bara.

4. Pabrik Semen Tonasa IV

Untuk memenuhi semen yang semakin meningkat, baik dalam negeri maupun untuk ekspor maka dibangunlah pabrik Semen Tonasa IV yang berlokasi di tempat yang sama dengan pabrik Semen Tonasa II dan III yang dimulai pada triwulan III tahun 1994. Pabrik Semen Tonasa IV yang diresmikan oleh presiden Soeharto pada tanggal 10 September 1996 dengan kapasitas terpasang 2.300.000 ton semen pertahun. Pabrik ini mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 1 November 1996.

5. Pabrik Semen Tonasa V

Pertumbuhan demand dan kestabilan ekonomi dalam negeri membuat produsen semen dalam negeri berlomba dalam peningkatan kapasitas dan mengundang para investor luar untuk berinvestasi dibidang industri semen. Oleh karena itu, pemerintah melalui PT Semen Indonesia (persero) Tbk, dan salah satu operating company-nya PT Semen Tonasa telah merealisasikan proyek strategis pembangunan pabrik Semen Tonasa V dengan kapasitas 2.500.000 ton/tahun untuk menjawab pertumbuhan permintaan pembangunan di Kawasan Timur Indonesia.

Pembangunan proyek Tonasa V dimulai sejak 24 Februari 2009, sejak berita acara proyek diserahkan saat itu dari PT Semen Gresik (persero) Tbk kepada PT Semen Tonasa. Pabrik Semen Tonasa V telah beroperasi secara komersial pada bulan Februari tahun 2013. Setelah pabrik Semen Tonasa unit V beroperasi maka PT Semen Tonasa beroperasi dengan kapasitas 6,7 juta ton,

yang menandakan PT Semen Tonasa dapat memenuhi kebutuhan semen untuk Wilayah Timur Indonesia.

6. Pengantongan Semen dan BTG Power Plant

Pada PT Semen Tonasa juga dilengkapi dengan fasilitas pemuatan semen, baik dalam bentuk curah (bulk) maupun dalam bentuk kantong (zak), serta sarana pengantongan (packing plant) yang kini tersebar di beberapa propinsi antara lain:

- a. Packing plant Makassar dengan kapasitas 1.200.000 ton semen per tahun
- b. Packing plant Samarinda dengan kapasitas 600.000 ton semen per tahun.
- c. Packing plant Pontianak dengan kapasitas 300.000 ton semen per tahun.
- d. Packing plant Bali dengan kapasitas 600.000 ton semen per tahun.
- e. Packing plant Sorong dengan kapasitas 300.000 ton semen per tahun.
- f. Packing plant Bitung dengan kapasitas 300.000 ton semen per tahun.
- g. Packing plant Banjarmasin dengan kapasitas 300.000 ton semen per tahun.
- h. Packing plant Ambon dengan kapasitas 300.000 ton semen per tahun.

Packing plant Palu dengan kapasitas 300.000 ton semen per tahun

Maksud dibangunnya unit pengantongan semen dan kelancaran distribusi serta pemasaran semen, khususnya di daerah pemasaran semen tonasa lebih terjamin, packing plant tersebut memiliki kapasitas masing- masing 300.000 ton semen pertahun, ada juga yang berkapasitas 600.000 ton pertahun dan 1.200.000 ton pertahun.

7. Jenis-jenis Semen yang di Produksi

Terdapat tiga jenis semen yang diproduksi oleh PT Semen Tonasa di Kabupaten Pangkep sampai saat ini yaitu sebagai berikut:

a. Semen portland tipe I

Semen portland tipe I adalah semen hidrolis yang dibuat dengan menggiling terak dan gipsum. Semen portland tipe I produksi perseroan memenuhi persyaratan SNI 15-2049-2004 Jenis I dan ASTM C150-2004 Tipe I. Semen jenis ini digunakan untuk bangunan umum dengan kekuatan tekanan yang tinggi (tidak memerlukan persyaratan khusus), seperti bangunan bertingkat tinggi, perumahan, jembatan dan jalan raya, landasan bandar udara, beton pratekan, bendungan/saluran irigasi, elemen bangunan seperti genteng dan lain-lain.

b. Semen portland komposit

Semen portland komposit adalah bahan peningkat hidrolis hasil penggilingan bersama terak semen portland dan gipsum dengan satu atau lebih bahan anorganik, atau hasil pencampuran bubuk semen portland dengan bubuk bahan anorganik lain. Semen portland komposit produksi PT Semen Tonasa memenuhi persyaratan SNI 15-7064-2004. Kegunaan semen jenis ini diperuntukkan untuk konstruksi beton umum, pasangan batu bata, plesteran dan acian, selokan, jalan, pagar dinding, pembuatan elemen bangunan khusus seperti beton pra cetak, dan sebagainya.

c. Semen portland pozzolan

Semen portland pozzolan adalah semen hidrolis yang terdiri dari campuran homogen antara semen portland dan pozzolan halus, yang diproduksi dengan menggiling klinker semen portland dan pozzolan bersama-sama atau

mencampur secara rata bubuk semen portland dan pozzolan atau gabungan antara menggiling dan mencampur, di mana kadar pozzoland 15-40% massa semen portland pozzolan. Semen jenis ini ideal untuk bangunan bertingkat (2-3 lantai), konstruksi beton umum, konstruksi beton massa seperti pondasi plat penuh dan bendungan, konstruksi bangunan di daerah pantai, tanah be9. Konsolidasi dengan PT Semen Gresik (Persero)

Sebelum diakuisisi oleh PT Semen Gresik (Persero) Tbk, pemegang saham PT Semen Tonasa adalah pemerintah RI departemen keuangan, PT Semen Tonasa diakuisisi oleh PT Semen Gresik (Persero) Tbk pada tanggal 15 September 1995 dan kemudian sesuai dengan keputusan RUPSLB pada tanggal 13 Mei 1997 saham portepel dikeluarkan dan dijual kepada Kopkar Semen Tonasa sebanyak 500 lembar, sehingga pemegang saham PT Semen Tonasa adalah PT Semen Gresik (Persero) Tbk dan Kopkar Semen Tonasa. Sesuai kesepakatan Asosiasi Semen Indonesia (ASI) dalam hal pengadaan semen dalam negeri di bawah koordinasi departemen perindustrian dan perdagangan, maka PT Semen Tonasa mendapatkan alokasi wilayah pemasaran semen di Kawasan Timur Indonesia (KTI), sedangkan untuk pasar ekspor semen tonasa menjual beberapa negara di Kawasan Asia.

8. Pelabuhan Khusus Biringkassi

Pelabuhan Biringkassi yang berjarak 17 km dari lokasi pabrik dibangun sendiri oleh PT Semen Tonasa. Pelabuhan ini berfungsi sebagai jaringan distribusi antara pulau maupun ekspor dan dapat disandari dengan kapal muatan di atas 17.500 ton. Pelabuhan ini juga digunakan untuk bongkar muat barang-barang kebutuhan pabrik, seperti batu bara, gypsium, slag, kertas kraft,

suku cadangan dan lain- lain. Untuk kelancaran operasi pelabuhan ini dilengkapi dengan rambu- rambu laut dan *mouringbuoy*.

Pelabuhan Biringkassi dilengkapi 5 unit *packer* dengan kapasitas masing-masing 100 ton perjam serta 7 unit shiploader, 4 unit digunakan untuk pengisian semen *zak* dengan kapasitas masing-masing 100 hingga 120 ton perjam atau sekitar 4.000 ton perhari, 3 unit lainnya digunakan untuk pengisian semen perhari, 3 unit lainnya digunakan untuk pengisian semen curah dengan kapasitas masing-masing 500 ton perjam atau 6.000 ton perhari. Panjang dermaga pelabuhan sekitar 2 km diukur dari garis pantai ke laut, sedangkan panjang dermaga untuk standar kapal adalah:

- a. Dermaga1: Sebelah utara 429 meter dengan kedalaman 10,5 meter (LWKL). Sebelah selatan 445,50 meter dengan kedalaman 7,5 meter.
- b. Dermaga2 :Panjang dermaga dengan kedalaman 5 meter (LWL).

9. Konsolidasi dengan PT Semen Gresik (Persero)

Sebelum diakui sisi oleh PT Semen Gresik (Persero) Tbk, pemegang saham PT Semen Tonasa adalah pemerintah RI departemen keuangan, PT Semen Tonasa diakuisisi oleh PT Semen Gresik (Persero) Tbk pada tanggal 15 September 1995 dan kemudian sesuai dengan keputusan RUPSLB pada tanggal 13 Mei 1997 saham portepel dikeluarkan dan dijual kepada Kopkar Semen Tonasa sebanyak 500 lembar, sehingga pemegang saham PT Semen Tonasa adalah PT Semen Gresik (Persero) tbk dan Kopkar Semen Tonasa. Sesuai kesepakatan Asosiasi Semen Indonesia (ASI) dalam hal pengadaan semen dalam negeri di bawah koordinasi departemen perindustrian dan perdagangan, maka PT Semen Tonasa mendapatkan alokasi wilayah pemasaran

semendi Kawasan Timur Indonesia (KTI), sedangkan untuk pasar ekspor semen tonasa menjual beberapa negara di Kawasan Asia.

10. Status Perusahaan

Pada awal berdirinya pabrik Semen Tonasa I dalam masa konstruksi, perusahaan masih berstatus “proyek” dibawah naungan departemen perindustrian dan pembangunan. Dengan selesainya proyek pembangunan pabrik Semen Tonasa I pada tanggal 2 November 1968, status perusahaan ditingkatkan menjadi status “pabrik” sampai dengan tahun 1971.

Pada tanggal 8 September 1971, pabrik Semen Tonasa ditetapkan menjadi BUMN yang berbentuk “Perusahaan Umum” (PERUM) berdasarkan PP No. 54 tahun 1971. Pada tanggal 9 Januari 1975, perusahaan meningkat menjadi “Perusahaan Perseroan” berdasarkan PP No. 1 Tahun 1975 dan status perseroan ini berlangsung hingga sekarang.

11. Sistem Penjualan Semen Tonasa

Wilayah pasar semen tonasa adalah sebagian besar Kawasan Timur Indonesia (KTI). Sistem penjualan semen tonasa yaitu dengan sistem:

a. Penjualan melalui kapal laut terdiri atas:

1. *FBO (Free On Board)*

FBO adalah salah satu cara penjualan semen tonasa dengan menggunakan kapal laut. Pihak Tonasa bertugas untuk mengantarkan semen sampai di atas kapal. Selanjutnya seluruh biaya pengangkutan, biaya yang timbul di kapal, dan biaya pembongkaran ditanggung sendiri oleh pihak distributor.

2. CIF (*Cost Insurance and Freight*)

CIF juga merupakan sistem penjualan semen tonasa dengan menggunakan kapal laut. Pada sistem ini pihak Tonasa yang menyediakan kapal dan mengantarkan semen sampai pelabuhan tujuan. Biaya pembongkaran ditanggung oleh pihak distributor.

b. Penggunaan Truk

Meliputi wilayah yang mempunyai *packing plant* atau penjualan yang melalui pabrik. Penjualan melalui truk terbagi atas:

1. FOT (*Free On Truck*)

FOT adalah sistem penjualan Semen Tonasa dengan menggunakan truk di mana dalam hal ini distributor sendiri yang langsung ke pabrik Semen Tonasa untuk mengambil barang/ semen yang telah dipesan terlebih dahulu. Pada saat pengambilan barang/ semen pihak distributor memperlihatkan Surat Perintah Pengambilan Semen (SPPS) dan No. DO (Deliver Order) yang diterbitkan oleh PT Semen Tonasa bagian pemesaran. Jika telah memperlihatkan surat tersebut maka pihak distributor baru akan dilayani.

2. *Franco*

Franco adalah sistem penjualan semen tonasa dengan menggunakan truk. Pada sistem ini pihak Tonasa mengantarkan barang / semen pesanan distributor.

12. Wilayah Pemasaran

Semen yang di hasilkan oleh PT Semen Tonasa dipasarkan di beberapa wilayah yang meliputi:

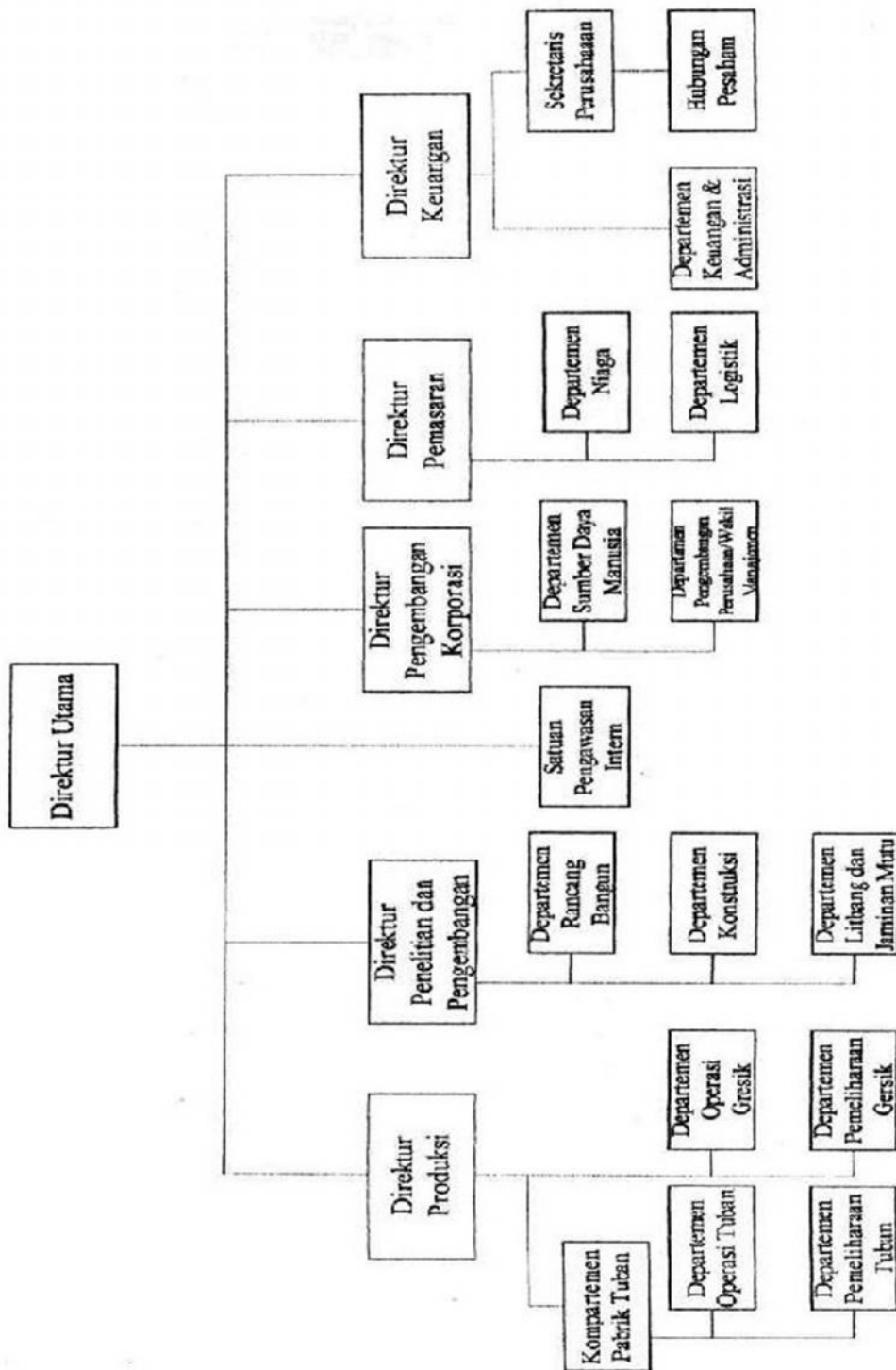
a. Dalam Negeri

1. Wilayah I, yang meliputi seluruh Sulawesi.

2. Wilayah II, yang meliputi seluruh Kalimantan, Jawa Tengah dan DKI.
 3. Wilayah III, yang meliputi seluruh Papua, Maluku, NTB, NTT dan Bali.
- b. Luar Negeri : PT Semen Tonasa juga telah mengekspor produknya ke luar negeri, salah satunya adalah Dili.

B. Struktur Perusahaan

Adanya struktur organisasi yang baik merupakan salah satu syarat yang penting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik. Suatu perusahaan akan berhasil mencapai prestasi kerja yang efektif dari karyawan apabila terdapat suatu sistem kerja sama yang baik, dimana fungsi-fungsi dalam organisasi tersebut mempunyai pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang telah dinyatakan dan diuraikan dengan jelas. Struktur organisasi PT. Semen Tonasa (Persero) mengikuti metode atau prinsip organisasi fungsional yang telah dinyatakan dan diuraikan menekankan pada pemisahan tugas, wewenang dan tanggung jawab secara jelas dan tegas. Didalam struktur organisasi PT. Semen Tonasa (Persero) tersebut terdiri atas beberapa unsur perlengkapan dimana struktur organisasi dapat digambarkan/pada skema berikut ini:



Gambar4.1

C. URAIAN TUGAS

Berdasarkan pada skema, maka akan dijelaskan tugas dan tanggung jawab bagian-bagian tersebut, yaitu :

1. Dewan Direksi

Sesuai dengan anggaran dasar perusahaan PT.Semen Tonasa(Persero) diurus dan dipimpin oleh direksi dari seorang direktur utama dibantu tiga orang direktur lainnya. Dalam menjalankan tugasnya dewan direksi bertanggung jawab sekaligus diawasi oleh dewan komisaris sebagai wakil. Pemegang saham. Dewan direksi diangkat berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) dengan lama masa jabatan 5 tahun. Dewan Direksi terdiri atas :

a) Direktur Utama

Direktur utama bertanggung jawab atas kelancaran jalannya perusahaan. Direktur utama juga mempunyai tugas dan tanggungjawab terhadap bidang- bidang yang mendapat pengawasan secara langsung yaitu bidang umum, bidang sumber daya manusia, bidang satuan pengawas intern dan bidang usaha sampingan (Yayasan Dana Pensiun dari Hari Tua, YKST, PTPKM, Koperasi, Dharma Wanita, Bengkel Kendari) serta perwakilan Jakarta.

b) Direktur Keuangan dan Komersial

Bertanggung jawab atas semua aktivitas perusahaan. Tugas direktur keuangan dan komersial adalah :

- 1) Pembuatan anggaran pendapatan dan belanja perusahaan serta mengadakan pengawasan terhadap pelaksanaan dari anggaran pendapatan dan belanja perusahaan.

2) Menyusun pendistribusian hasil produk semen yang dilakukan dengan cara menyusun strategi pemasaran diseluruh daerah pemasaran termasuk pengangkutannya.

3) Merencanakan kegiatan pengadaan suku cadang, bahan baku, bahan pembantu, dan mesin-mesin lainnya sebagai kelengkapan dalam kegiatan produksi.

c. Direktur Produksi

Tugas dari direktur produksi adalah :

1) Terselenggaranyakelancaranoperasi pabrikUnitII, pabrik UnitIII,dan pabrik Unit IV.

2) Terselenggaranya pemeliharaan fasilitas yang meliputi perumahan karyawan, gedung pabrik, dan gedung lainnya serta pelabuhan khusus Biring kassi.

d) Direktur Penelitian dan Pengembangan (Litbang)

Tugas direktur litbang adalah melaksanakan kegiatan untuk merealisasikan tujuan perusahaan dengan baik meliputi:

1) Terselenggaranya semua aktivitas perencanaan pelaksanaan proyek- proyek perluasan termasuk didalamnya pengurusan sumber dana untuk proyek-proyek yang dimaksud.

2) Penelitian terhadap efisiensi semua peralatan unit produksi yang ada dan yang akan digunakan baik dalam unit yang telah ada maupun dalam proyek perluasan yang telah direncanakan.

2. Kepala Departemen atau Bidang

Dalam struktur organisasi PT. Semen Tonasa (Persero) terdapat 12 departemen. Tugas dari departemen tersebut adalah :

a. Departemen Hubungan Luar

Bertugas menangani masalah kehumasan yang menyangkut perwakilan PT Semen Tonasa (Persero) di Makassar dan masalah hubungan dengan para pemegang saham. Selain itu bertanggung jawab terhadap perwakilan PT Semen Tonasa (Persero) di Jakarta.

b. Departemen Umum

Bertugas menyelenggarakan kegiatan yang bersifat umum, pengamanan instalasi dan kompleks perusahaan, pengurusan masalah tanah dan izin, serta kegiatan yang menyangkut hukum dan tugas kesekretariatan.

c. Departemen Satuan Pengawasan Intern

Bertanggung jawab dan kelancaran pengelolaan departemen satuan pengawasan intern yang meliputi pengawasan finansial dan pengawasan operasional serta tugas-tugas lainnya yang diberikan direksi.

d. Departemen Pemasaran

Bertugas merencanakan perencanaan dan analisis pasar untuk kelancaran pemasaran dan distribusi semen. Disamping itu, bertanggung jawab terhadap pengantongan di Banjarmasin, Samarinda, Bitung, Celukan Bawang.

e. Departemen Logistik

Bertugas merencanakan, mengkoordinir, dan mengawasi pelaksanaan prosedur pengadaan dan manajemen pergudangan.

f. Departemen Akuntansi dan Keuangan

Bertugas memimpin dan mengkoordinir pengelolaan tugas-tugas akuntansi dan keuangan perusahaan.

g. Departemen Operasi I

Bertugas merencanakan, mengkoordinir, dan mengawasi pengoperasian pabrik unit II dan unit III sesuai RKAP secara efektif, efisiensi, ekonomis, aman terhadap personil dan peralatan serta ikut menjaga kelestarian lingkungan hidup.

h. Departemen Operasi II

Bertugas merencanakan, mengkoordinir dan mengawasi pengoperasian aset perusahaan dalam memproduksi semen, termasuk pengangkutan dan pemuatan semen ke atas kapal pelabuhan Biring kassi dan Makassar dengan biaya serendah mungkin dan aman terhadap personil peralatan serta kelestarian lingkungan hidup.

i. Departemen Litbang

Mengkoordinasikan kegiatan pelaksanaan penelitian proses teknologi penyelenggaraan studi pengembangan perusahaan sistem manajemen perusahaan.

j. Departemen Pengembangan dan Energi

Merencanakan, mengkoordinir dan mengawasi serta mengevaluasi pengoperasian aset perusahaan yang meliputi mesin, pembangkit tenaga listrik, alat-alat berat/kecil dan alat-alat tambang, mesin-mesin dan peralatan unit pemecah batu kapur tanah liat dan pasir silika, sehingga kondisinya tetap terpelihara untuk menunjang kelancaran proses produksi.

k. Departemen Sumber Daya Manusia

Merencanakan, mengkoordinir dan mengawasi serta mengevaluasi pengoperasian asset perusahaan dalam penyediaan, pemeliharaan, perawatan, pembinaan dan pengembangan sumber daya manusia agar tercapai produktivitas tenaga kerja yang optimal.

l. Departemen Teknik

Merencanakan, mengkoordinir dan mengawasi pelaksanaan pembuatan, pabrikasi perhitungan teknis dan finansial untuk modifikasi dan renovasi peralatan serta pembuatan bangunan, sarana dan prasarana dilingkungan pabrik, perumahan, pelabuhan Biring kassi dan terminal-terminal pengantongan semen secara efektif dan efisien.

3. Kepala Biro

Tugas kepala biro ini adalah membantu kepala departemen atau kepala bidang dalam menangani pekerjaan sehari-hari. Penentuan kepala biro berdasarkan pada jenis pekerjaan yang akan di tangani pada masing-masing bidang.

4. Kepala Seksi

Tugas kepala seksi adalah membantu kepala biro dalam melaksanakan tugas sehari-harinya. Dan bertanggung jawab penuh secara teknis terhadap semua kegiatan yang langsung dibawahnya.

D. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi: Menjadi perusahaan persemenan terkemuka di Asia dengan tingkat efisiensi yang tinggi.

b. Misi:

1. Meningkatkan nilai perusahaan sesuai keinginan stakeholder.
2. Memproduksi semen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan kualitas dan harga bersaing serta penyerahan tepat waktu.
3. Menggunakan teknologi yang lebih efisien, aman dan ramah lingkungan.
4. Membangun lingkungan yang mampu membangkitkan motivasi karyawan untuk bekerja secara profesional.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Data Produksi

Tujuan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan manufaktur adalah meningkatkan produksinya dengan tingkat efisiensi yang tinggi, sehingga perusahaan bisa memperoleh laba yang diharapkan atau laba semaksimal mungkin yang digunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta memenuhi kesejahteraan para karyawannya. Faktor yang memengaruhi tingkat pencapaian laba adalah biaya. Biaya tersebut terdiri atas biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, sedangkan biaya non produksi terdiri atas biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum. Sebelum dilakukan perhitungan *target costing*, maka terlebih dahulu akan dijelaskan metode yang digunakan oleh perusahaan PT. Semen Tonasa. Dalam hal ini metode yang digunakan oleh perusahaan PT. Semen Tonasa dalam perhitungan biaya adalah dengan menggunakan metode *full costing* di mana pada laporan laba rugi biaya dikelompokkan berdasarkan fungsi pokok yang ada dalam perusahaan, yaitu fungsi produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik), fungsi pemasaran dan fungsi administrasi dan umum. Sebelum disajikan rincian biaya produksi dan biaya non produksi maka akan disajikan terlebih dahulu data volume penjualan dan volume produksi pada PT. Semen

Tonasa di Kabupaten Pangkep untuk Tahun 2015 sampai tahun 2017 yang disajikan pada table 1 yaitu:

Tabel 5.1 Data Volume Produksi dan Penjualan pada PT Semen Tonasa Periode 2015 sampai dengan 2017

Tahun	Persd. Awal (Ton)	Vol. Produksi (Ton)	Vol. Penjualan (Ton)
2015	1,179,614	5,979,214	6,224,329
2016	934,499	6,122,011	6,613,192
2017	443,318	6,067,038	6,400,256
Total		18,168,263	19,237,777

Sumber : PT. Semen Tonasa di Pangkep.

Berdasarkan data di atas, tampak bahwa pada tahun 2015 – 2016 mengalami kenaikan produksi sebesar 6,122,001 ton kemudian pada tahun 2016 - 2017 mengalami penurunan sebesar 6,067,038 ton. Jumlah produksi selama 3 tahun adalah 18,168,263 ton.

Dari hasil wawancara peneliti, dari salah satu pegawai (Bapak Yuki) PT Semen Tonasa bagian keuangan, perusahaan mengharapkan laba sebesar 20%. Agar perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan, salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan *target costing*. Dalam kaitannya dengan data di atas maka akan disajikan biaya produksi maupun non produksi pada PT Semen Tonasa, untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2017. Berikut hasil perhitungan biaya produksi dan non produksi pada PT Semen Tonasa.

Tabel 5.2 Produksi dan biaya non produksi semen pada PT Semen Tonasa di Kabupaten Pangkep tahun 2015 sampai 2017.

Keterangan	Tahun		
	2015 (Rp)	2016 (Rp)	2017 (Rp)
a. Biaya Produksi			
1. Biaya bahan baku	284,113,504,149	297,591,744,619	286,930,314,523
2. Biaya tenaga kerja langsung	323,996,000,000	348,240,434,000	<u>388,532,172,000</u>
3. Biaya overhead pabrik	3,294,910,187,000	3,628,724,244,000	3,519,820,993,000
Total biaya produksi	3,903,019,691,149	4,274,556,422,619	4,195,283,479,523
b. Biaya Non Produksi			
1. Biaya Penjualan	173,970,495,000	261,089,352,000	177,924,642,000
2. Biaya administrasi dan umum	239,657,400,000	268,901,171,000	267,301,426,000
Total biaya non produksi	413,627,895,000	530,090,523,000	465,126,068,000
Total biaya	4,316,647,586,149	4.804,646,945,619	4,660,409,547,523

Sumber data : PT. Semen Tonasa.

Tabel 5.3 Berikut Penjualan Dan Laba Menurut Perusahaan PT. Semen Tonasa.

Tahun	Harga perton	Penjualan	Jumlah penjualan	Biaya	Lab a
2015	833,674	6,224,329	5,189,061,254,746	4,316,647,586,149	872,413,668,597
2016	865,597	6,613,192	5,724,359,155,624	4.804,646,945,619	919,712,210,005
2017	853,918	6,400,256	5,456,293,803,008	4,660,409,547,523	804,884,255,485

Sumber: olahan data.

B. Analisis Target Costing sebagai alat pengendalian Pada PT Semen Tonasa.

Target *costing* merupakan penggabungan antara perencanaan laba dan manajemen biaya untuk membuat pengurangan biaya menjadi fokus utama sepanjang hidup produk. Untuk menghitung *target costing* berdasarkan harga jual yang telah ditentukan, menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Target biaya} = \text{Harga jual} - \text{Laba yang diharapkan}$$

Berdasarkan rumus diatas maka harga jual perton dan laba yang diharapkan berdasarkan data pada Pt semen tonasa adalah seperti tabel berikut:

Tabel 5.4 Harga Jual Perton.

Harga jual		Laba yang diharapkan
Tahun	Jumlah	20 %
2015	Rp 833,674	
2016	Rp 865,597	
2017	Rp 853,918	

Sumber data : PT Semen Tonasa.

Tabel tersebut diatas sesuai dengan hasil wawancara kami kepada perusahaan.dengan demikian maka besarnya laba yang ditargetkan untuk perton produk semen menurut *target costing* pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 dapat disajikan pada tabel 5.5 sebagai berikut.

Tabel 5.4 Perhitungan Biaya Perton Menurut Target Costing Pada PT Semen Tonasa periode 2015 – 2017.

	2015	2016	2017
Harga jual	Rp 833,674	Rp 865,597	Rp 853,918
Target laba 20%	Rp (166,734.8)	Rp (173,119.4)	Rp (170,783.6)
Target biaya	Rp 666,930.2	Rp 692,479.6	Rp 683,134.4

Sumber : Olahan Data

Upaya untuk memperoleh laba yang diharapkan, maka perusahaan PT Semen Tonasa perlu meningkatkan efisiensi Jika dengan harga jual yang ditentukan oleh perusahaan, berdasarkan hasil wawancara peneliti, dari salah satu pegawai (Bapak Yuki), "perusahaan berharap memperoleh laba 20% dengan mengurangi biaya produksi sehingga dapat mencapai laba yang diharapkan", maka menurut *target costing* pada tahun 2015 perusahaan harus mengeluarkan biaya sebesar Rp. 666,930.2 pada tahun 2016 sebesar Rp 692,479.6 sedangkan untuk tahun 2017 sebesar Rp 683,134.

Agar perusahaan dapat mencapai target laba yang diharapkan, perusahaan dapat mengintegrasikan dengan alat manajemen biaya yang canggih seperti *active based costing*. *Active based costing* sebagai suatu sistem pendekatan perhitungan biaya yang dilakukan berdasarkan aktivitas- aktivitas yang ada di perusahaan untuk membantu menurunkan biaya. Sistem ini dilakukan dengan dasar pemikiran bahwa penyebab timbulnya biaya adalah aktivitas yang dilakukan dalam suatu perusahaan. Dengan demikian system ABC merupakan suatu metode mengenai system perencanaan biaya yang dikembangkan untuk mengantisipasi.

Produk pada PT Semen Tonasa merupakan produk yang telah lama diproduksi, maka perusahaan tentu saja telah melakukan berbagai cara untuk berusaha melakukan efisiensi. Dengan demikian, untuk mencapai target laba yang diharapkan oleh perusahaan maka diambil persentase yang paling efisien yang pernah dilakukan oleh perusahaan untuk mengendalikan pengeluaran biaya.

Nilai persentase penentuan biaya menurut *target costing* diperoleh dari nilai persentase biaya yang paling efisien yang pernah diperoleh oleh PT Semen Tonasa 3 tahun terakhir pada Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2014 dan tetap dibantu dengan manajemen biaya yaitu *active based costing* untuk mengendalikan aktivitas perusahaan yang dapat membuat pemborosan biaya sehingga target laba dapat tercapai.

Berikut akan disajikan harga jual yang ditentukan oleh perusahaan dan perhitungan biaya dalam mencapai target laba dalam penjualan semen menurut *target costing* pada PT Semen Tonasa di Kabupaten Pangkep tahun 2012 sampai 2014 pada tabel 5.6.

Tabel 5.6 Perhitungan persentase biaya yang pernah dicapai oleh PT Semen Tonasa di Kabupaten Pangkep Periode 2012-2014.

keterangan	2012	%	2013	%	2014	%
Harga jual	Rp649.923,00	100%	Rp746.587,00	100%	Rp748.497,00	100%
Biaya produksi perton						
Biaya bahan baku	Rp39.797,47	6,12%	Rp 37.099,43	4,97%	Rp38.429,79	5,13%
Biaya tenaga kerja langsung	Rp35.640,68	5,48%	Rp 99.527,03	13,33%	Rp32.193,98	4,30%
Biaya overhead pabrik	Rp372.827,71	57,36%	Rp 407.122,03	54,53%	Rp390.628,70	52,19%
Total biaya produksi perton	Rp448.265,86	68,97%	Rp 543.748,49	72,83%	Rp461.252,47	61,62%
Biaya non produksi perton						
Biaya penjualan	Rp24.775,37	3,81%	Rp 32.653,90	4,37%	Rp31.214,63	4,17%
Biaya administrasi dan umum	Rp47.085,59	7,24%	Rp 51.537,66	6,90%	Rp55.985,37	7,48%
Total biaya non produksi perton	Rp71.860,96	11,06%	Rp 84.191,56	11,28%	Rp87.200,00	11,65%
Total biaya perton	Rp(520.126,82)	80,03%	Rp(627.940,05)	84,11%	Rp(548.452,47)	73,27%
Labanya	Rp129.796,18	19,97%	Rp 118.646,95	15,89%	Rp200.044,53	26,73%

Sumber : Hasil Olahan Data.

Berdasarkan tabel 5.6 maka diambil persentase biaya yang paling efisien untuk tiap biaya, sehingga diperoleh target biaya bahan baku sebesar 4.97%, target biaya tenaga kerja sebesar 4.30%, biaya overhead pabrik sebesar 52,19%, biaya penjualan sebesar 3.81% dan untuk biaya administrasi dan umum sebesar 6.90%. Kemudian akan disajikan biaya yang dapat dikeluarkan berdasarkan persentase biaya yang pernah diperoleh PT Semen Tonasa yang paling rendah yang dapat dijadikan sebagai pengendalian biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan.

Berikut akan disajikan harga jual yang ditentukan oleh perusahaan dan perhitungan biaya dalam mencapai target laba dalam penjualan semen menurut

target costing pada PT Semen Tonasa di Kabupaten Pangkep tahun 2015 sampai 2017 pada tabel 5.7 sebagai berikut.

Tabel 5.7 Perhitungan Pengendalian Biaya Menurut *Target Costing* Pada PT Semen Tonasa Pangkep Periode 2015-2017.

	2015	%	2016	%	2017	%
Harga jual	Rp 833,674.00	100%	Rp 865,597.00	100%	Rp 853,918.00	100%
Biaya produksi						
Target biaya bahan baku 4.97%	Rp 41,433.60	4.97%	Rp 43,020.17	4.97%	Rp 42,439.72	4.97%
Target biaya tenaga kerja 4,30%	Rp 35,847.98	4.30%	Rp 37,220.67	4.30%	Rp 36,718.47	4.30%
Target biaya overhead pabrik 52.19%	Rp 435,094.46	52.19%	Rp 451,755.07	52.19%	Rp 445,659.80	52.19%
Biaya non produksi						
Target biaya penjualan 3.81%	Rp 31,762.98	3.81%	Rp 32,979.25	3.81%	Rp 32,534.28	3.81%
Target biaya administrasi dan umum 6.90%	Rp 57,523.51	6.90%	Rp 59,726.19	6.90%	Rp 58,920.34	6.90%
Total Biaya	Rp 601,662.53	72.17%	Rp 624,701.35	72.17%	Rp 616,272.62	72.17%
Laba menurut <i>target costing</i>	Rp 232,011.47	27.83%	Rp 240,895.65	27.83%	Rp 237,645.38	27.83%

Sumber: Hasil Olahan.

Dengan demikian laba keseluruhan yang diperoleh perusahaan berdasarkan penjualan dengan menggunakan *target costing* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.8 Penjualan Dan Laba Keseluruhan Dengan Menggunakan Target Costing pada tahun 2015 – 2017.

Tahun	Harga Pertonton	Persentase laba yang diharapkan	Vol. Penjualan	Total penjualan	Labanya yang diharapkan	Biaya
2015	833,674	27.83%	6,224,329	5.189,061,254,746	1,444,115,747,195.8	3,744.945.507.550.1
2016	865,597	27,83%	6,613,192	5,724,359,155,624	1,593,089,153,010.1	4,131,270,002,613.9
2017	853,918	27,83%	6,400,256	5,465,293,803,008	1,520,991,256,377.1	3,994,302,546,630.9

Sumber : Hasil Olahan Data

C. Analisis Perbandingan Laba Dengan menggunakan Target Costing Dan Yang Tidak Menggunakan Target Costing tahun 2015- 2017.

Tabel 5.9

Tahun	Labanya Sebelum Target Costing	Labanya Target Costing	Perbandingan
2015	Rp 872,413,668,597	Rp 1,444,115,747,195.8	Rp 571.702.078.598.8
2016	Rp 919,712,210,005	Rp 1,593,089,153,010.1	Rp 673,376,943,005.1
2017	Rp 804,884,255,485	Rp 1,520,991,256,377.1	Rp 716,107,000,892.1

Sumber : Hasil olahan data

Dari tabel diatas dapat kita lihat perbandingan laba yang dihasilkan dari tahun 2015- 2017 dengan menggunakan *target costing* dan yang tidak menggunakan *target costing*.

D. Hasil Penelitian Pada Perusahaan PT. Semen Tonsa Di Kabupaten Pangkep.

Tabel 5.6. yaitu hasil perhitungan pengendalian biaya dalam mencapai target laba dalam penjualan semen pada PT Semen Tonasa di Kabupaten Pangkep tahun 2015 sampai 2017 menunjukkan bahwa margin laba yang diharapkan oleh perusahaan sebesar 20% telah tercapai dan lebih efisien jika dibandingkan dengan biaya yang diharapkan oleh perusahaan. Hal ini dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2017, laba yang dapat diperoleh mencapai 27.83% dengan persentase biayanya mencapai 72,17%. Dengan demikian *target costing* dapat dijadikan sebagai alat pengendalian biaya agar perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan. Sehingga dengan menggunakan *target costing* perusahaan dapat mengetahui berapa besar biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat mencapai laba yang diharapkan. Karena *target costing* merupakan suatu proses penentuan biaya seefisien mungkin untuk suatu produk, dimana *target costing* merupakan penggabungan antara perencanaan laba dan manajemen biaya sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan.

Hasil penelitian diatas sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu Nurul Iksan Arifin, Herman Karamoy dan, Meily Kalao 2016 dengan judul "*Analisis Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery*" dan hasil penelitiannya yaitu "*Metode Target Costing Sangat Efisien Untuk Diterapkan Dalam Perhitungnsn Biaya Produksi di Mandala Bakery*". Adapun juga hasil peneliti sebelumnya yaitu Eka Gusti Anugrah, Imam Mas'ud Dan, Nining Ika Wahyuni 2017 dengan judul penelitian "*Penerapan Target*

Costing Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba” dan hasil penelitiannya mengatakan “ hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan target costing pada Sumber Madu adalah cocok dan baik diterapkan, penerapan metode tersebut meningkatkan laba sesuai dengan laba yang diharapkan oleh pihak Sumber Madu”.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang diperoleh penulis terhadap hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jika PT Semen Tonasa menggunakan *target costing* dengan asumsi laba target 20%, maka seharusnya biaya produk untuk tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 sebesar 80%. Berdasarkan hasil analisis mengenai penerapan *target costing*, maka dapat ditarik kesimpulan yang menunjukkan bahwa penerapan *target costing* lebih efisien jika dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dimana di tahun 2015 sampai dengan 2017 perusahaan dapat memperoleh laba sebesar 27,83% dengan persentase biaya yang dikeluarkan sebesar 72,17%.
2. Berdasarkan hasil analisis mengenai penerapan *target costing*. *Target costing* dapat dijadikan sebagai alat untuk pengendalian biaya selama siklus hidup produk dengan menggunakan bantuan *active based costing*.

B. Saran

Adapun saran yang diperoleh penulis terhadap hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan disarankan untuk terus berusaha melakukan penghematan biaya agar memperoleh laba yang diharapkan.
2. Perusahaan PT Semen Tonasa dapat menerapkan *target costing* pada saat pembuatan produk baru agar perusahaan mengetahui berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh laba yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus, Ahmad dan Abdullah, Wasilah. 2012. *Akuntansi Biaya*, Edisi Ketiga , Penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Anugrah, Eza Gusti. Mas'ud, Imam. Wahyuni, Nining Ika. 2017. *Penetapan Target Costing dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba*. Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Bambang, S. Drs dan Saputra, G. Drs. 1992. *Kalkulasi Dan Pengendalian Biaya Produksi*. Jakarta: Bhineka Cipta.
- Dewi, Sofia Prima dan Kristanto, Septiani Bayu. 2013. *Akuntansi Biaya*. Jakarta : Inmedia.
- Farmawati, Eka. 2016. *Analisis Pendekatan Target Costing Terhadap Pengendalian Biaya Produksi Pada PT. Semen Tonasa*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
- Gerungan, Henri Paulus. 2013. *Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi pada PT. Tropica Cocoprime*. Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi.
- Ihsan, Dienul. 2013. *Analisis Penetapan Target Costing Terhadap Harga Pokok Produksi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Semen Tonasa*. Fakultas Ekonomi Universitas MUhammadiyah Makassar.
- Kusumadewi, Fransiska. 2017. *Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Produksi (Studi Kasus pada Aksha Jaya Lampung)*. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Langdong, Febriana Martina. 2016. *Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Pada CV. Sinar Mandiri*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.
- Mott, Graham. 1994. *Dasar-Dasar Penetapan Biaya*. Jakarta : Arcan.
- Rachmatulloh, Citra Khaira. Fitriah Epi. Lestari Rini. 2014. *Analisis Penerapan Target Costing untuk Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Kasus pada CV. Onderhoud Company Shoes and Leather)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.
- Salman, Kautsar Riza. 2013. *Akuntansi Biaya : Pendekatan Product Costing*. Jakarta: Akademik Permata.



PT SEMEN TONASA
SEMENTONASA GROUP

Nomor : 1553/ST/PA.11/32.20/08-2018
Lampiran : -
Perihal : **Penelitian**

Pangkep, 13 Agustus 2018

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Up. Ketua LP3M
Jl. Sultan Alauddin No.259
Di -
Makassar

Dengan hormat,

Menunjuk surat No. 1780/Izn-5/C.4-VIII/VII/37/2018 tertanggal 24 Juli 2018 perihal tersebut, bersama ini disampaikan bahwa permohonan dimaksud **dapat kami setujui** atas nama :

Andriani

NIM : 10573 0493914

Diharapkan kepada mahasiswa yang bersangkutan mempersiapkan **Proposal/Questioner** dan alat pengumpulan data lainnya sebelum melaksanakan Penelitian pada bulan **Agustus 2018**.

Korespondensi dilakukan melalui alamat email: **diklat.st@semenindonesia.com (PIC.Takdir Hp.081355202009)** dan tidak melayani surat menyurat Via Pos.

Untuk itu agar setiap **Institusi/Sekolah** mencantumkan alamat **email** yang jelas & menunjuk penanggung jawab **PKL/KKN** sebagai **PIC**.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

PT Semen Tonasa
Bureau of HC & Orgnz Dev.



Dra. Luh Gede Januati, MM.
Senior Manager

Tembusan :
1. Yth. GM of Human Capital
2. Peringgal.

SUK/Sii/terima.takdir



No. QSC 00753 No. EMS 00095 No. OSH 00169 0045.2001

Kantor Pusat / Pabrik - Biring Ere Pangkep- Sulawesi Selatan - 90651. Telp. (0410) 312345
Hunting 310009, 310019, 310058, 310034 (Pemasaran), 310010, 310020 (Pengadaan), 310008 (Sekdir), Fax (0410), 310006, 310007, 310008 (Sekdir), 310010 (Pengadaan), 310060 (Pen 310060) (Teknik & Utilitas).
Kantor Penghubung : Jl. Khairil Anwar No. 1 Makassar-Sulawesi Selatan 90112, Telp. (041 3621823. Fax (0411) 3621823 Po. Box 114.
Kantor Perwakilan : Gedung Graha Irama Lt. 11 Blok X-1 Jl. H.R.Rasuna Said Kav. 1-2 Jaka 17061 Telp. (0711) 6361161.4 Fsx (0711) 6361160. E-Mail: www.sementonasa.co.id

RIWAYAT HIDUP



ANRIANI lahir di Pasui pada tanggal 06 Februari 1996. Penulis lahir dari pasangan suami istri Syahrudin dan Nurdiana. Penulis merupakan anak ke dua dari lima bersaudara. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 20 Baraka pada tahun 2008, kemudian penulis melanjutkan sekolah menengah pertama di Pesantren Modern Darul Falah Enrekang pada tahun yang sama sampai tahun 2011 dan melanjutkan sekolah pendidikan di MAN 1 Enrekang (2011-2014), dan mulai tahun 2014 sampai dengan penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.