

ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING UNTUK PENGENDALIAN BIAYA SERVICE (Studi Kasus Pada CV. Mahakam Jaya Safety)

Oleh :

Widya Lestari

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda

Email : widyalestari318@gmail.com

ABSTRACT

Target costing is determining the expected cost of a product based on competitive prices, so that the product will be able to obtain the expected profit. This study aims to find out the process of cost control service using target costing system and its impact on corporate profits. The research was conducted on the CV. Mahakam Jaya Safety which is located in the village of Sungai Pinang in Jl. A proclamation no. 78 Samarinda. CV. Mahakam Jaya Safety is one of the companies engaged in services which service tube fire extinguishers or a fire extinguisher. Pursuant to the results of research conducted, the authors conclude that the presence of target costing, the company can exercise control over the cost better than the method which has been used by the company. Proven by an increase in profits from the company.

Keywords : *Target Costing*

PENDAHULUAN

Tantangan terbesar bagi seorang pengusaha dalam bidang jasa salah satunya dalam usaha *service* tabung apar saat ini adalah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaannya. Hal ini disebabkan karena persaingan yang sangat tajam dan ketat, saat ini khususnya di wilayah Samarinda, Kalimantan Timur. Karena sekarang ada lebih dari sepuluh perusahaan yang bergerak dibidang jasa *service* tabung apar. Dengan adanya pesaing maka akan

timbulah perbedaan harga. Dari perbedaan harga tersebut maka manajemen perlu menganalisis biaya *service* dan perencanaan agar harga dapat terealisasi.

Target costing lebih menguntungkan secara sistematis dan efektif bila diterapkan dalam perencanaan. Dikarenakan perusahaan dapat meminimalkan biaya dalam proses *service* dan dapat mencapai tujuan perusahaan dalam

rangka meningkatkan laba perusahaan, yang pada akhirnya dapat membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif.

Dasar penggunaan konsep *target costing* dalam masalah ini, karena kekuatan pasar memberi pengaruh besar terhadap tingkat harga, salah satu contohnya perusahaan yang menjadi bahan penelitian ini yaitu CV. Mahakam Jaya Safety. MJS yang bergerak dibidang jasa *service* tabung apar, dalam menentukan harga melihat dari harga pesaing. Terbukti dengan dilakukannya penelitian terhadap beberapa perusahaan di samarinda, terdapat perbedaan harga yang menjadi penyebab

Berdasarkan atas fenomena yang telah diuraikan di atas, maka penulis meneliti tentang bagaimana pengendalian biaya *service* melalui penerapan *Target Costing* dapat mempengaruhi Laba Perusahaan pada CV. Mahakam Jaya Safety. Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana sistem penerapan target costing pada CV. Mahakam Jaya Safety, dan pengaruh laba setelah menerapkan *target costing*.

DASAR TEORI

A. Akuntansi Manajemen

1. Pengertian Akuntansi Manajemen

Dipandang dari segi aspek informasi menurut R.A. Supriyono dalam Sucipto (2004:2) akuntansi dapat didefinisikan sebagai berikut :

"Akuntansi adalah aktivitas yang menghasilkan jasa yaitu

berfungsi menyajikan informasi kuantitatif yang pada dasarnya bersifat keuangan dari suatu satuan usaha atau organisasi tertentu, informasi tersebut akan dapat dipakai oleh pihak eksternal maupun pihak internal untuk pengambilan keputusan dengan memilih beberapa alternatif."

Akuntansi manajemen timbul karena akibat adanya kebutuhan akan informasi akuntansi yang dapat membantu manajemen dalam memimpin suatu perusahaan yang semakin besar dan semakin kompleks. Menurut Sucipto (2004:2) " akuntansi manajemen merupakan suatu sistem informasi yang mana dengan informasi ini manajemen dapat mengambil keputusan-keputusan dalam hal memimpin dan mengendalikan kegiatan-kegiatan perusahaan."

Rudianto dalam Duward (2015:875) Akuntansi manajemen merupakan " sistem alat, yakni jenis yang informasi dihasilkannya ditujukan kepada pihak- pihak internal organisasi, seperti manajer keuangan, manajer produksi, manajer pemasaran dan sebagainya guna pengambilan keputusan internal organisasi." Maka dari itu akuntansi manajemen adalah informasi akuntansi yang dilakukan intern perusahaan untuk merencanakan, mengidentifikasi, pengendalian, evaluasi dan pengambilan keputusan.

2. Konsep Biaya

a. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi secara garis besar dapat dibagi menjadi dua tipe yaitu akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Akuntansi biaya bukan merupakan dari tipe akuntansi itu sendiri melainkan terpisah dari dua tipe tersebut, namun merupakan bagian dari keduanya.

Mulyadi (2010:1) menyatakan bahwa : “akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, Peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk / jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya.”

Proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian, serta penafsiran informasi biaya adalah tergantung untuk siapa proses tersebut ditunjukkan. Dalam hal ini proses akuntansi biaya harus memperhatikan karakteristik akuntansi keuangan. Dengan demikian akuntansi biaya dapat merupakan bagian dari akuntansi keuangan.

Proses akuntansi biaya dapat ditujukan pula untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam perusahaan. Dalam hal ini akuntansi biaya harus memperhatikan karakteristik akuntansi manajemen. Dengan demikian akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi manajemen. Menurut Mulyadi (2007:7) akuntansi biaya memiliki tiga tujuan pokok yaitu :

- 1) Penentuan biaya produk
Umumnya ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan pihak luar perusahaan dan untuk memenuhi kebutuhan manajemen
- 2) Pengendalian biaya
Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya

dikeluarkan untuk memproduksi atau menyerahkan produk / jasa.

- 3) Pengambilan keputusan khusus
Pengambilan keputusan khusus menyangkut masa yang akan datang. Oleh karena itu informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan selalu berhubungan dengan informasi masa yang akan datang.

b. Pengertian biaya

Telah disebutkan sebelumnya bahwa objek biaya adalah biaya, yang dicatat, digolongkan, diringkaskan, dan disajikan oleh akuntansi biaya. Menurut Mulyadi (2010:8) Dalam arti luas “ biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang di ukur dalam satuan uang, yang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Hansen dan Mowen dalam Udin (2014:15) mengemukakan bahwa : “ biaya adalah kas atau nilai *ekuivalen* kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan membawa keuntungan masa ini dan masa datang untuk organisasi.”

Sunarto dalam Udin (2014:15) mengatakan bahwa : “ biaya adalah harga pokok atau bagiannya yang telah dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memperoleh pendapatan.”

Muqodim dalam Udin (2014:16) mengatakan bahwa : “ biaya adalah aliran keluar atau penggunaan aktiva, atau terjadinya utang (atau kombinasi di antara keduanya) dari penyerahan atau produksi barang, penyerahan jasa atau pelaksanaan kegiatan utama suatu perusahaan.”

c. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya yang sering dilakukan untuk menyajikan informasi biaya dikemukakan oleh Sugiri dalam Udin (2014:17) sebagai berikut :

1. Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi perusahaan
2. Klasifikasi biaya berdasarkan periode mempertemukan dengan pendapatan
3. Klasifikasi biaya berdasarkan dapat ditelusuri ke objek biaya
4. Klasifikasi biaya berdasarkan hubungannya dengan perubahan volume kegiatan
5. Klasifikasi biaya berdasarkan kemampuan manajer untuk mengendalikannya
6. Klasifikasi biaya berdasarkan pengambilan keputusan
7. Klasifikasi biaya berdasarkan dampak keputusan terhadap kas keluar

d. Metode Pengumpulan Biaya

Menurut Mulyadi (2007:13) “ dalam pembuatan produk atau penyerahan jasa terdapat dua kelompok biaya antara lain biaya produksi & biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administari & umum, dll).”

1. Biaya produksi

a. Pengertian Biaya Produksi

Sutrisno dalam Udin (2014:19) mengemukakan bahwa : “ biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai.”

Munawir dalam Udin (2014:19) mengungkapkan bahwa : “ Biaya produksi (*production cost*) adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan pengolahan (*manufacture*) atau mengubah bahan baku menjadi barang yang siap

jual atau dikonsumsi, maupun biaya pelaksanaan atau pemberian jasa/pelayanan.”

Garrison, Noreen, dan Brewer dalam Udin (2014:20) “ biaya produksi dibagi ke dalam tiga kategori besar, yaitu : bahan langsung/bahan baku (*direct material*), tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan biaya *overhead* pabrik (*manufacturing overhead*).”

b. Biaya Non Produksi

Mulyadi (2010:16) mengatakan, “ biaya non produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi, seperti kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi dan umum.” Biaya non produksi digunakan untuk tambahan pada biaya produksi untuk menghitung total biaya produk.

e. Pengendalian Biaya

Manajemen seringkali memerlukan data biaya, baik mengenai sifat maupun jumlahnya, sebelum produksi dilakukan atau sebelum kontrak penjualan disetujui. Data biaya seperti pengumpulan biaya - biaya produksi yang ditentukan di muka salah satu tujuannya adalah untuk pengendalian biaya. Trisnawati dalam Athena (2010:37) menjelaskan bahwa “ Pengendalian biaya adalah tindakan yang dilakukan untuk mengarahkan aktivitas agar tidak menyimpang dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.”

3. Target Costing

a. Pengertian Target Costing

Menurut Mulyadi dalam Lucky (2011:18) menjelaskan bahwa “ *target costing* adalah suatu metode penentuan biaya produk atau jasa yang

didasarkan pada harga yang diperkirakan dapat diterima oleh konsumen.”

Menurut Wiguna dan Sormin dalam Heri (2013:18) “ *target costing* adalah penentuan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut akan dapat memperoleh laba yang diharapkan.”

Menurut Sulastiningsih & Zulkifli (2006:296) menjelaskan bahwa “ *target costing* merupakan perencanaan produk untuk memberikan kepuasan *customer* dengan menetapkan biaya target sebagai biaya standar.” Tidak hanya itu *target costing* digunakan selama tahap perencanaan dan menuntun dalam pemilihan produk dan proses desain yang akan menghasilkan suatu produk yang dapat diproduksi pada biaya yang diijinkan dan pada suatu tingkat laba yang dapat diterima serta memberikan perkiraan harga pasar produk, volume penjualan dan tingkat *fungsi*alitas.

b. Prinsip – Prinsip Target Costing

Menurut Witjaksono dalam Arwina (2012:17), dalam tahap proses *target costing* ini, ada enam prinsip utama yang harus diperhatikan dalam mengimplementasikan metode *target costing* sebagai pondasi utama atau sebagai karakteristik dari metode tersebut, antara lain :

1. Harga Menentukan Biaya atau *price led costing*.
2. Fokus pada konsumen/pelanggan.
3. Fokus pada desain produk dan desain proses.
4. *Cross Functional Team*
5. Melibatkan Rantai Nilai

6. Orientasi daur hidup produk

c. Tahap – tahap pelaksanaan *target costing*

Menurut Supriyono dalam Udin (2014:37) Adapun tahap-tahap dari pelaksanaan/proses *target costing* yang dibagi menjadi 5 tahap, yaitu :

1. Perencanaan korporasi.
2. Pengembangan Proyek Produk Baru Tertentu.
3. Penentuan Rencana Dasar Untuk Produk Baru Tertentu.
4. Rancangan Produk.
5. Rencana Pemindahan Produk.

d. Langkah – langkah dalam proses *target costing*

Menurut Blocher, Chen dan Lin dalam Lucky (2011:24) terdapat lima tahap dalam pengimplementasikan *target costing*, antara lain :

1. Menentukan harga pasar
2. Menentukan laba target yang diharapkan
3. Menghitung biaya target (*Target Costing*) dengan perhitungan yaitu harga jual target dikurang dengan laba target.
4. Menggunakan rekayasa nilai (*value Engineering*)
5. Menghitung *Drifting Cost* (biaya taksiran)

e. Kendala Penerapan *target costing*

Dari uraian di atas dapat dibayangkan bahwa penerapan *target costing* ternyata tidak mudah. Adanya kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing*. Menurut Witjaksono dalam Henry (2013:866) kendala-kendala yang kerap

dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing*:

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

4. Konsep Laba

a. Definisi Laba

Laba yang berhasil dicapai oleh suatu perusahaan merupakan salah satu ukuran kinerja dan menjadi pertimbangan oleh para investor atau kreditur dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi atau untuk memberikan tambahan kredit.

Menurut Riyanto dalam Heri (2013:8) mengemukakan bahwa

“Perusahaan yang melaporkan laba yang tinggi tentu akan menggembirakan investor yang menanamkan modalnya karena ia akan mendapatkan dividen atas tiap kepemilikan saham yang dimilikinya, Demikian pula halnya dengan kreditur, ia akan merasa yakin bahwa ia akan menerima pendapatan bunga dan pengembalian pokok pinjaman yang telah diberikan kepada perusahaan.”

b. Pengertian Laba

Menurut Juniarti dan Corolina dalam Hery (2013:9) “laba merupakan salah satu informasi potensial yang terkandung di dalam laporan keuangan dan yang sangat penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan.” Menurut Suraji dalam Agustina (2011:11) “laba atau pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan operasi perusahaan pada periode tertentu di bidang usaha.”

c. Laba Target

Laba target atau laba yang diinginkan perusahaan. Menurut Sulastiningsih & Zulkifli (2006:288) “untuk mewujudkan laba target ini perusahaan harus mampu menghasilkan *customer value*.” Dalam rangka *balance-score card*, kinerja finansial atau *financial retur* dapat tercapai, jika perusahaan mampu menghasilkan *customer value* atau menghasilkan produk yang mengandung nilai bagi *customer*. Menurut Sulastiningsih & Zulkifli (2006:288) “*customer value* ini dapat diwujudkan jika perusahaan mampu menciptakan proses bisnis internal yang berkualitas.” Menurut Sulastiningsih & Zulkifli (2006:288) “proses bisnis yang bebas cacat akan terwujud jika perusahaan mempunyai pegawai yang dapat diberdayakan secara optimal.”

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini dititik beratkan pada biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi/service tabug pemadam. Data yang diperlukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Gambaran Umum Perusahaan dari CV. Mahakam Jaya Safety

2. Struktur Organisasi Perusahaan dari CV. Mahakam Jaya Safety
3. Proses service tabung pemadam

Dalam sebuah penelitian alat analisis dan pengujian hipotesis sangat penting agar pemasalahan yang dihadapi dapat diukur dan dipecahkan begitu pula dalam penelitian ini. Sehubungan dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian yaitu Apakah pengendalian biaya *service* melalui penerapan *Target Costing* terhitung dari bulan July sampai Desember 2015 dapat mempengaruhi Laba Perusahaan pada CV. Mahakam Jaya Safety, maka penulis menggunakan alat analisis sebagai berikut dapat dirumuskan sebagai berikut :

“ **Biaya target = Harga Jual Target – Laba Target** ”

Dengan klasifikasi sebagai berikut:

Harga jual target : Harga jual produk yang dapat diterima konsumen.
 Harga ini didapatkan oleh manajemen berdasarkan

hasil analisis pasar.

Laba target : Profit yang diinginkan perusahaan, manajemen biasanya menentukan profit berdasarkan atas harapan tingkat pengembalian atas modal yang ditanam perusahaan tersebut dalam pertimbangan kondisi ekonomi..

HASIL PENELITIAN

1. Penyajian Data

a. Biaya Produksi & Non Produksi

Jenis-jenis biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan yaitu meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik, serta biaya nonproduksi perusahaan yang terdiri dari biaya administrasi, biaya pemasaran. Berikut ini merupakan harga pokok produksi dari CV. Mahakam Jaya Safety yaitu sebagai berikut.

Tabel 1. : Perhitungan Biaya Service / Kg

(dalam rupiah)			
A. BIAYA PRODUKSI	Dry Powder	Foam Afff	Co.2
BBBL	7.500	10,167	30.000
BTK	9.323	9,323	9.323
BOP	8.599	8,599	8.599
	25.422	28,088	47.922
B. BIAYA NON PRODUKSI			
Biaya administrasi dan umum	1.534	1.534	1.534
Biaya pemasaran	1.023	1.023	1.023

Biaya tenaga kerja tidak langsung	4.773	4.773	4.773
	7.330	7.330	7.330
TOTAL BIAYA PER kg	32.752	35.419	55.252

Sumber : CV. Mahakam Jaya Safety Samarinda, 2016

b. Penentuan Target Costing

Setelah Dilakukan Target Costing, Terlihat jelas bahwa telah terjadi penurunan biaya atas biaya service.

Tabel 2. : Perhitungan Biaya Service / Kg setelah Value Engineering

(dalam rupiah)

A. BIAYA PRODUKSI	Dry Powder	Foam Afff	Co.2
BBBL	7.500	10.167	30.000
BTK	7.009	7.009	7.009
BOP	7.763	7.763	7.763
	22.272	24.939	44.772
B. BIAYA NON PRODUKSI			
Biaya administrasi dan umum	1.534	1.534	1.534
Biaya pemasaran	682	682	682
Biaya tenaga kerja tidak langsung	4.688	4.688	4.688
	6.904	6.904	6.904
TOTAL BIAYA PER kg	29.177	31.843	51.677

Sumber : Hasil diolah, 2016

c. Perbandingan Pendapatan Menurut Perusahaan dan Target Costing.

Tabel 3. : Perbandingan Pendapatan

Keterangan	Menurut Perusahaan	Target Costing
Penjualan (Juli - Desember 2015)	Rp 1.626.650.000	Rp 1.507.861,000
Biaya Produksi (Juli - Desember 2015)	(Rp 661.753.314)	(Rp 606.329.343)
Biaya NonProduksi (Juli - Desember 2015)	(Rp 129.000.000)	(Rp 121.500.000)
PPN 10%	(Rp. 83.589.667)	(Rp. 78.003.166)
Laba Operasi	Rp. 752.307.019	Rp. 702.028.491
ROS	46 %	47 %

NALISIS & PEMBAHASAN

Perolehan laba perusahaan sebelum menerapkan *target costing* pada tabel 3 dapat disimpulkan yaitu penjualan selama 6 bulan sebesar Rp. 1.626.650.000 dikurangi dengan biaya produksi sebesar Rp. 661.753.314 dikurangi kembali dengan biaya non produksi sebesar Rp. 129.000.000 maka perolehan pendapatan perusahaan sebelum pajak yaitu sebesar Rp. 835.896.686. dari pendapatan tersebut perusahaan mengeluarkan PPN 10% sebesar Rp. 83.589.667. Maka pendapatan bersih perusahaan dalam waktu 6 bulan sebesar R

Perolehan laba perusahaan setelah menerapkan *target costing* tertera pada tabel 3 dengan penjualan yang diterima perusahaan dari bulan Juli sampai Desember 2015 sebesar Rp. 1.507.861.000, dikurang dengan biaya produksi sebesar Rp. 606.329.343, biaya non produksi sebesar Rp. 121.500.000, dan pajak keluar sebesar Rp. 78.003.166, maka total pendapatan yang diterima MJS yaitu Rp. 702.028.491. *Presentase* laba dengan menggunakan ROS sebesar Rp. 47%. Maka jika dibandingkan dengan *presentase* ROS sebelum penerapan *target costing* yaitu 46% dan setelah menerapkan *target costing* yaitu 47% maka dapat diputuskan bahwa perusahaan mengalami peningkatan. *Presentase* pendapatan MJS setelah tahap *value engineering* mengalami peningkatan sebesar 1%.

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penerapan *target costing* pada CV. Mahakam Jaya Safety memberikan dampak positif pada laba yang didapat. Dengan menekan biaya produksi, CV. MJS yang awalnya mendapat *presentase* laba 46% dari seluruh penjualan terhitung dari bulan juli sampai bulan desember 2015. setelah menggunakan *target costing* perusahaan mengalami peningkatan sebesar 1% walaupun peningkatan yang dimiliki tidak terlalu tinggi tetapi sudah cukup untuk mengoptimalkan laba.

B. SARAN

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Disarankan kepada perusahaan agar menerapkan *target costing* sebagai sistem pengendalian biaya *service*.
2. Disarankan pula agar perusahaan perlu memperhatikan masalah yang ditimbulkan akibat pemotongan bonus teknisi. Dengan cara memberikan penjelasan kepada karyawan agar karyawan termotivasi dalam bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

Adharawati, Athena, 2010, *Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Dengan Anggaran Sebagai Alat Pengendalian Biaya (studi kasus PT.*

PELNI Kantor Cabang Makassar),
Skripsi Akuntansi, Semarang :
Universitas Diponegoro.

Agustia, Vita, 2014, *Analisis Rasio Keuangan Untuk Memprediksi Pertumbuhan Laba Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia*, Skripsi Akuntansi, Lampung : Universitas Lampung.

Luvina, Lucky Herdinasari, 2011, *Penerapan Metode Target Costing dalam perhitungan harga pokok produksi pada pembuatan tikar tenun CV. Elresas Di Lamongan*, Skripsi Akuntansi, Surabaya : Universitas Airlangga.

Mulyadi, 2007, *Activity Based Cost System*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

_____, 2010, *Akuntansi Biaya*, Edisi 2, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

Novieanti, Arwina Alimuddin, 2012, *Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi produksi semen pada PT. Semen Tonasa di kabupaten Pangkep*, Skripsi Akuntansi, Makassar: Universitas Hasanuddin.

Paulus, Henri Gerungan, 2013, *Pendekatan target costing sebagai alat penilaian efisiensi produksi pada PT. TROPICA COCOPRIMA*, Jurnal Akuntansi, Manado : Universitas Sam Ratulangi.

Sucipto, 2004, *Penerapan Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan*, Jurnal Akuntansi, Sumatera Utara : Universitas Sumatera Utara.

Sulastiningsih, dan Zulkifli, 2006, *Akuntansi biaya*, Edisi 2, UPP Stim Ykpn, Yogyakarta.

Supriyadi, Heri. 2013, *Penerapan Target Costing dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan laba Perusahaan*, Skripsi Akuntansi, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Udin, Muhammad Harianto, 2014, *Analisis Penerapan Target Costing dalam Penetapan harga Jual untuk Mengoptimalkan laba perusahaan (studi kasus pada UD. Al- Amin)*, Skripsi Akuntansi, Malang: Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim.