

Penerapan Harga Pokok Produk Barang Import Dan Target Costing Pada PT. ABC

Hasnah Kahirani Harahap¹, Hotbin hasugian², Nurul Inayah³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara¹²³

Main Author's E-Mail Address / *Correspondent Author: khairanihasnah@gmail.com

Correspondence: khairanihasnah@gmail.com | Submission Received : 28-05-2024; Revised : 03-06-2024; Accepted : 08-06-2024; Published : 30-06-2024

Abstract

The researcher took the title of applying the cost price of imported goods and target costing at PT. ABC because the researcher aims to find the calculation of the cost of production of imported goods before and after applying the target costing method at PT. ABC. The data collection methods used were preliminary surveys, library studies, and field surveys. The data analysis method used is descriptive-qualitative. The research results show that calculating the cost of production using the target costing method can be applied to PT. ABC is used to determine the company's cost of production and can be a tool for optimizing the company's desired profit. Target costing has a positive effect on PT. ABC.

Keywords: Product Cost Price, Target Costing, Profit

Abstrak

Peneliti mengambil judul penerapan harga pokok produk barang import dan target costing pada PT. ABC karena peneliti bertujuan menemukan perhitungan harga pokok produksi barang import sebelum dan sesudah menerapkan metode target costing pada PT. ABC. Metode pengumpulan data yang dipakai ialah survey pendahuluan, studi perpustakaan, dan survey lapangan (Kamilah, 2018). Metode analisis data yang dipakai ialah deskriptif-kualitatif. Hasil penelitian menampilkan bahwasanya perhitungan harga pokok produksi dengan penerapan metode target costing dapat diterapkan pada PT. ABC untuk menetapkan harga pokok produksi perusahaan dan dapat menjadi alat untuk mengoptimalkan laba yang diinginkan perusahaan. Target costing berpengaruh positif pada laba perusahaan PT. ABC.

Kata kunci: Harga Pokok Produk, Target Costing, Laba

INTRODUCTION

Bisa disebutkan bahwasanya kompetisi dalam dunia usaha semakin ketat sehingga menimbulkan kompetisi dalam industri. Banyak jenis usaha maupun usaha yang bermunculan dan berkembang baik di bidang perdagangan maupun jasa (Goni et al., 2016). Setiap bidang usaha mempunyai peluang kompetisi yang luas dan terbuka.

Di era perdagangan bebas, terjadi kompetisi yang sangat ketat di segala bidang usaha. Fakta ini membagikan pengaruh positif dan negatif bagi Indonesia. Pengaruh positifnya ialah membagikan peluang bagi Indonesia untuk mengekspor produk yang lebih beragam. Sementara pengaruh negatifnya, kompetisi yang muncul tidak hanya antar badan usaha dalam negeri saja, tetapi juga turut sertanya pelaku usaha asing yang semakin leluasa memasarkan produknya di Indonesia.

Agar suatu perusahaan dapat berkompetisi dalam lingkungan pasar, ia wajib mampu membangun produk-produk inovatif yang baik dengan harga yang lebih rendah, maupun setidaknya sama dengan harga yang ditawarkan para pesaing produknya, perusahaan wajib berusaha menekan semaksimal mungkin pengeluaran wajib dikeluarkan dalam proses produksi sehingga tercipta efisiensi yang ekonomis agar mendapat laba yang sebesar-besarnya dengan harga jual yang rendah, tetapi bersama mutu serupa maupun lebih tinggi (M. Bradford Clifton, 2019).

Buah-buahan merupakan salah satu makanan sehat yang selalu dikonsumsi diseluruh dunia. Dengan banyaknya orang yang mengkonsumsi buah-buahan maka dengan itu meningkat juga yang membeli buah-buahan tersebut. Para petani menyebutkan harga buah-buahan tidak tetap dan mengikuti musiman. Agar dapat bersaing dalam pasar saat ini, perusahaan harus dapat memberikan suatu produk yang baik kualitasnya maupun jasa yang harganya lebih rendah atau harganya sama dengan harga yang ditawarkan para pesainya. Untuk dapat memperoleh produk seperti itu, perusahaan harus berusaha mengurangi biaya yang harus dikeluarkan. Salah satu metode yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan di Jepang untuk lolos dari keterpurukan setelah kalah perang dan di bom atom setelah perang dunia kedua adalah target costing.

Dengan target costing, perusahaan bisa mengembangkan suatu produk maupun jasa bisa memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mengapai target laba perusahaan sebab target costing memperhitungkan semua biaya suatu produk dalam siklus hidup produk dan bertujuan untuk mengurangi biaya kesemuaan produk (Affiqah & Fuadi, 2019). Mengetahui target biaya yang wajib dikeluarkan untuk menghasilkan produk kompetitif.

Penelitian ini sendiri mereplikasi setting PT. Abc di daerah Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang PT. Abc ialah anak perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan. Didirikan pada tahun 2009, perusahaan ini memproduksi produk makanan kesehatan impor seperti buah-buahan, keju, dll. PT (Setyaning Ayu & Wijayanti, 2022). Abc

masih memakai metode biaya tradisional dalam menetapkan harga jual produknya. Sistem penetapan biaya tradisional ialah sistem penetapan biaya yang didasarkan pada kuantitas unit yang diproduksi, dimana biaya overhead pabrik dialokasikan ke tenaga kerja langsung, jam mesin, dan harga pembelian barang impor tergantung pada jenis produknya. Sebab setiap produk menghasilkan biaya overhead pabrik yang berbeda-beda, maka sering terjadi distorsi maupun kesalahan dalam menetapkan biaya produk per unit.

Pada kasus dalam perusahaan biaya tidak efisien sebelum memakai metode target cost sehingga laba yang dihasilkan berfluktuasi. Peneliti bermaksud menerapkan target costing pada PT. Abc, pada awalnya perusahaan ini tidak memakai metode target cost dalam menghitung harga pokok produk (Marlina & Sari, 2023). Melalui target costing, Anda dapat mengetahui selisih antara biaya produksi yang direncanakan dengan biaya produksi sebenarnya dan membuat perusahaan mengapai laba yang diinginkan. Bila memakai metode target costing, pada tahap perencanaan akan ditentukan minimalisasi maupun pengurangan biaya produk untuk mengoptimalkan laba perusahaan. Implementasi metode target cost diharapkan dapat menjadi terobosan bagi PT. Abc menjamin efisiensi biaya dalam produksi yang tentunya memberi dampak harga jual produk di pasaran sehingga produk dapat berkompetisi dengan produk sejenis di pasaran dan mendapat laba (Diba & Hidayati, 2018).

Bersumber hal di atas tersebut, penulis tertarik untuk meneliti suatu karya ilmiah berupa disertasi dengan topik “Penerapan Harga Pokok Produk Barang Import dan Target Costing Pada PT. Abc”

LITERATURE REVIEW

Biaya ialah salah satu faktor penting bagi perusahaan dalam menjalankan suatu perusahaan, perusahaan mengeluarkan biaya jika perusahaan tersebut memakai sumber daya tertentu. Para ahli melakukan penentuan biaya dan mengelompokkan biaya bersumber tujuan biaya.

Biaya ialah uang tunai maupun setara kas yang dikorbankan untuk mendapat barang maupun jasa yang diharapkan membagikan manfaat saat ini maupun masa depan bagi organisasi. Biaya dipakai untuk mendapat manfaat di masa depan. Dalam Iperusahaan bisnis, laba di masa depan biasanya berarti pendapatan(choirul A., 2015).

Klasifikasi biaya ialah salah satu faktor yang berhubungan dengan aktivitas usaha suatu perusahaan, selain itu biaya juga berhubungan dengan berbagai jenis usaha, nirlaba,

manufaktur dan bidang usaha mahal lainnya (Diajukan et al., 2016). Umumnya, jenis biaya dikeluarkan bergantung pada jenis organisasi. Anda dapat mengelompokkan biaya-biaya ini bersumber tujuannya dan menyebutnya “biaya berbeda untuk tujuan berbeda”. Tujuan klasifikasi biaya ialah untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan. Suatu keputusan dapat dikatakan benar apabila informasi biaya yang diperoleh benar.

Surjaveni mengelompokkan angka-angka yang disebut biaya rahasia yakni (Dilasari et al., 2023).

1. Klasifikasi biaya bersumber produk
2. Klasifikasi biaya bersumber volume produksi
3. Klasifikasi biaya pandangan divisi produksi maupun segmen lainnya
4. Klasifikasi biaya sehubungan dengan periode pelaporan
5. Klasifikasi biaya yang terkait dengan keputusan, tindakan, maupun evaluasi.

Harga dapat ditentukan oleh penjual dan pembeli melalui proses negosiasi yang terjadi di antara keduanya sehingga dapat disepakati harga yang cocok serta bisa diterima oleh kedua belah pihak. Pandangan Sumarni dan Soeprihanto, “harga ialah sekantitas uang (ditambah beberapa produk, jika membuat) yang diperlukan untuk mendapat sekantitas kombinasi barang dan jasa (Fadli & Rizka Ramayanti, 2020).” Dalam mengambil keputusan penetapan harga, perusahaan wajib memastikan bahwasanya harga jual produk maupun jasanya kompetitif dan bermanfaat bagi pelanggan dan perusahaan itu sendiri (Sumarni dan Soeprihanto, 2019).

Pandangan Supriono (2017), penentuan harga jual berkaitan dengan (Suryani S, n.d.):

1. Kebijakan penentuan harga jual (pricing policy)

Kebijakan harga jual ialah pernyataan sikap manajemen dalam menetapkan harga jual suatu produk maupun jasa. Kebijakan tersebut tidak menetapkan harga jual, tetapi mencantumkan faktor-faktor yang perlu diperhatikan dan aturan dasar yang wajib diikuti dalam menetapkan harga jual.

2. Keputusan untuk menetapkan harga jual (pricing decision)

Keputusan penetapan harga jual ialah penentuan harga jual suatu produk maupun jasa suatu organisasi dan biasanya dibuat untuk jangka waktu pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan harga jual, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi

Pandangan Hansen dan Mowen (2020), biaya produksi mencerminkan total harga pokok produksi selama periode berjalan. Biaya produk sering juga disebut biaya produksi.

Biaya produksi ialah biaya yang dikeluarkan untuk mengorganisasikan bahan mentah menjadi produk jadi. Biaya produksi dibedakan menjadi tiga jenis, yakni: biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead perusahaan (Fadli & Rizka ramayanti, 2020b)

Pandangan Mulyadi, manfaat biaya produksi yakni:

1. Tentukan harga jualnya
2. Mengontrol pelaksanaan biaya produksi
3. Perhitungan untung maupun rugi untuk periode tertentu
4. Tentukan value persediaan barang jadi dan barang dalam proses, yang tercermin dalam neraca

Metode penetapan biaya tradisional maupun notional costing ialah pengeluaran sering dipakai oleh setiap usaha kecil dan menengah dengan latar belakang terbatasnya pengetahuan sumber daya manusia yang menjalankan usaha mengenai metode penetapan biaya yang cocok untuk melaksanakan aktivitas produksi perusahaan. Biasanya, dalam akuntansi biaya tradisional, perusahaan hanya menghitung biaya produksi dalam harga pokok produksi, selain itu, biaya pemasaran, administrasi, dan umum tidak termasuk dalam harga pokok produksi, tetapi diperlakukan sebagai biaya penjualan dan dikurangkan langsung dari laba kotor untuk perhitungan. laba bersih bisnis (Tertius et al., 2016).

Dalam perekonomian tradisional, produsen diberi hak untuk memproduksi apa pun bisa mendatangkan laba baginya, meskipun hal itu mengenai dengan kemaslahatan material dan moral masyarakat. Sejauh menyangkut ekonomi Islam, produsen Muslim wajib mematuhi aturan syariah yang mengatur aktivitas ekonominya (Lestari, 2023). Tujuan peraturan ini ialah untuk mengapai keselarasan antara aktivitas ekonomi dengan berbagai aktivitas lain dalam kehidupan guna mewujudkan tujuan umum syariah, yakni terwujudnya bentuk-bentuk manfaat dan pencegahan bentuk-bentuk defisit. Sebagai pedoman hidup umat Islam, Al-Quran membagikan pemaparan mengenai aktivitas produktif, yakni pada surat An-Nahl ayat 65-67.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٦٥﴾ وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ مِنَ اللَّهْوِ وَمِنَ التِّجَارَةِ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ ﴿٦٦﴾

Artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya

dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhotbah), Katakanlah: “Apa yang di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perniagaan”, dan Allah sebaik-baik pemberi rezki” (QS: Al-Jumu’ah (62) ayat 10-11).

Menetapkan perkiraan biaya suatu produk bersumber harga yang kompetitif sehingga produk tersebut bisa mencapai laba yang diharapkan. Target costing ialah suatu metode penentuan harga pokok suatu produk dan jasa bersumber harga (target price) yang bersedia dibayar oleh pelanggan. Sering disebut sebagai penetapan biaya bersumber harga (Heru S., A.V. Mukhaimin, 2016).

Bersumber metode target costing, perusahaan menetapkan biaya produk dirasa tepat dengan situasi pasar, menetapkan laba yang diinginkan, serta berikutnya menetapkan harga jual produk tersebut ke masyarakat(Mulyani, 2020).

Rumus:

$$\text{Target Costing} = \text{Harga Jual} - \text{Laba yang diinginkan}$$

Bersumber rumus tersebut diketahui bahwasanya target biaya terbentuk sesudah dikurangi harga jual dengan laba yang diharapkan manajemen. Harga jual yang dimaksud ialah harga jual kompetitif, yakni harga jual yang terbentuk sebagai hasil kompetisi pasar usaha sejenis. Sementara laba yang diharapkan ialah laba bisa dicapai dari proses target costing ini. Pendekatan yang dipakai dalam penetapan biaya target dan pendekatan manufaktur produk lainnya sangat berbeda(Fauzi S., 2021).

Al-Quran menyebutkan mengenai menjalankan bisnis yang nyata dan juga mengenai apa yang disebut sukses dan rugi. Tidak ada suatu bisnis bisa dianggap sukses jika menghasilkan laba, berapapun besarnya laba yang diperoleh dalam kurun waktu tertentu, tetapi pada akhirnya menimbulkan defisit yang lebih besar dari laba yang diperoleh. Suatu usaha akan dianggap menguntungkan apabila pendapatan yang dihasilkan melebihi biaya maupun biaya produksi. Skala penyelesaian bisnis semacam ini akan dibahas lebih lanjut. Untuk membagikan gambaran sebenarnya mengenai bisnis yang baik(choirul A., 2015). Al-Quran membagikan petunjuk dalam ayat berikut (QS. An - Nisa' : 29)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا



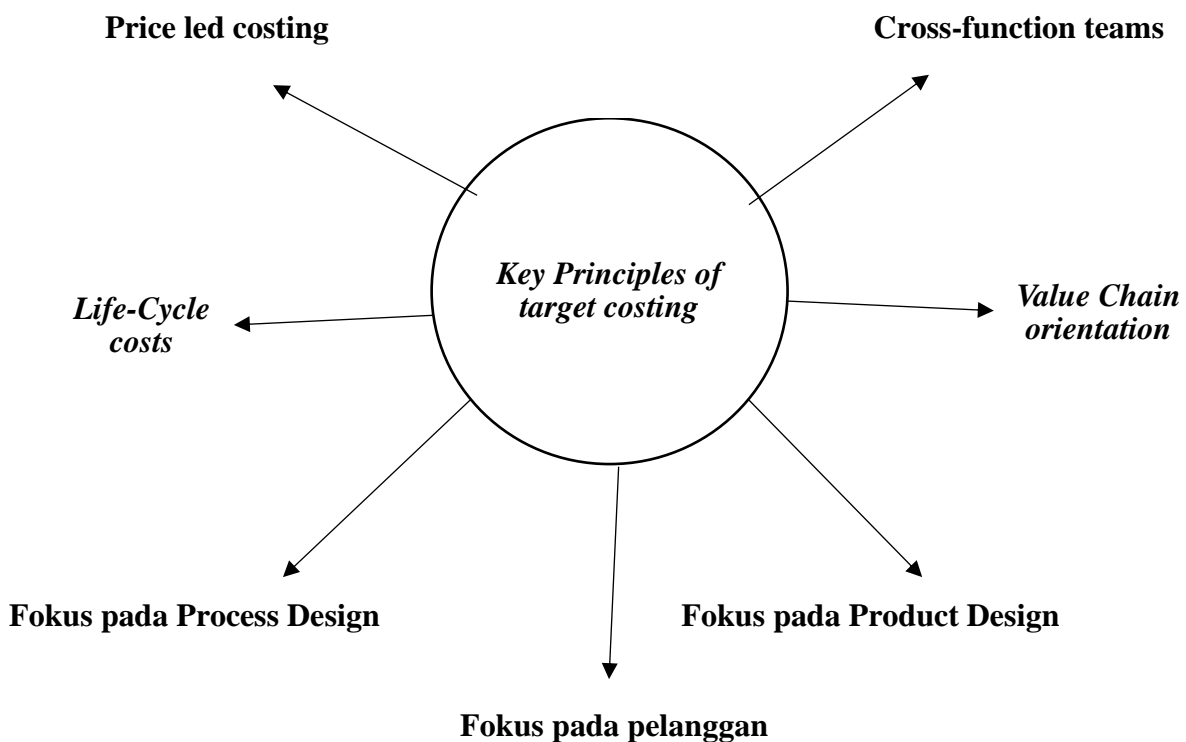
Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan

suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu," (QS An Nisa: 29).

Manfaat yang diperoleh perusahaan dari implementasi target costing antara lain efisiensi biaya, terwujudnya target laba yang diinginkan, peningkatan pangsa pasar, dan mempunyai keunggulan kompetitif yang membuat perusahaan menjamin kelangsungan hidupnya di masa depan (choirul A., 2015).

Penetapan biaya target ialah proses sistematis yang menggabungkan manajemen biaya dan perencanaan laba. Penetapan biaya (target costing) ialah pendekatan khusus yang berguna untuk menetapkan tujuan penetapan biaya. Proses ini menganut prinsip-prinsip berikut:

Prinsip Penerapan Target Costing



Sumber: Witjaksono (2006).

Pandangan Witjaksono, proses implementasi target costing menganut prinsip-prinsip yakni :

1. Harga menetapkan biaya (Harga – Led Costing)

Kompetisi yang semakin ketat dan kompetitif membuat penentuan harga jual suatu produk menjadi suatu tugas yang menantang. Harga jual seringkali ditentukan oleh

pasar, sehingga harga pasar dipakai untuk menetapkan target biaya.

2. Fokus pada pelanggan.

Keinginan maupun kebutuhan akan mutu, value dan fungsi (fungsionalitas) secara simultan ditemukan pada suatu produk dan dipakai dalam pengambilan keputusan desain dan penetapan biaya produk tersebut. Bagi pelanggan, manfaat fitur dan fungsi yang ditawarkan produk wajib melebihi biaya perolehannya (yakni harga jual dari sudut pandang pengusaha).

3. Fokus pada desain produk dan desain proses.

Pengendalian biaya ditekankan selama fase desain produk dan fase desain proses manufaktur. Oleh sebab itu, setiap perubahan maupun desain wajib diterapkan sebelum proses produksi dimulai untuk mengurangi biaya dan mempersingkat waktu pemasaran, terutama untuk produk baru.

4. Tim lintas fungsi.

Tim maupun kelompok ini bertanggung jawab atas kesemuaan produk, mulai dari ide maupun konsep produk hingga tahap produksi penuh.

5. Termasuk rantai value.

Proses penetapan biaya target melibatkan semua peserta dalam rantai value, mulai dari pemasok barang maupun jasa, distributor dan diakhiri dengan konsumen.

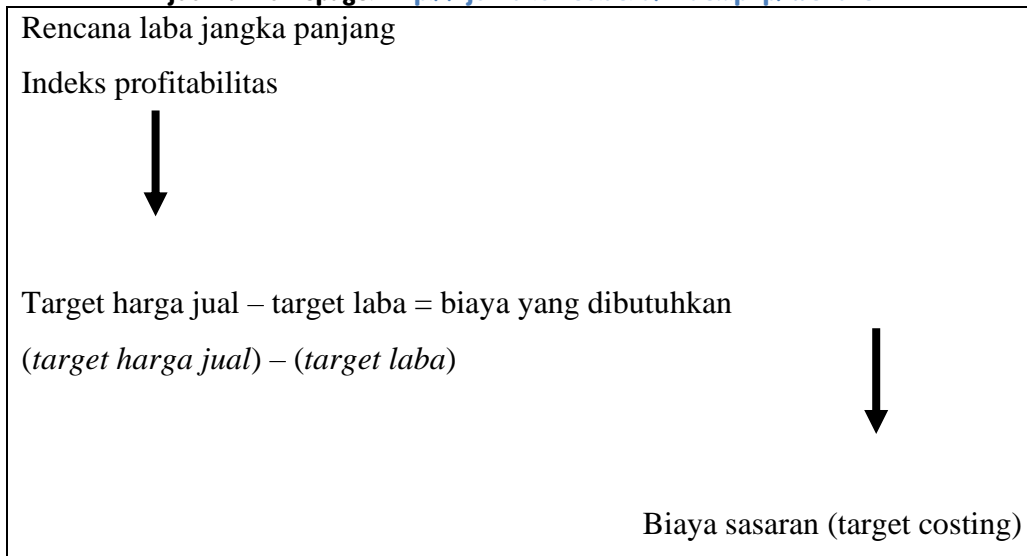
6. Fokus pada siklus hidup produk.

Meminimalkan biaya siklus hidup produk, termasuk harga, bahan baku, biaya pengoperasian, pemeliharaan, dan distribusi.(Muhammadiyah dan Dewi, 2019).

Mirip dengan tiga langkah prosedur target costing, penetapan target biaya dapat memakai berbagai macam metode yang ditepatkan dengan keadaan masing-masing perusahaan, tetapi yang umum ialah (Diba & Hidayati, 2018):

1. Merencanakan dan mengembangkan produk bermutu tinggi bisa memenuhi kebutuhan pelanggan dengan sebaik-baiknya.
2. Tentukan target biaya produk, lalu buat tujuan singkat:
 - a) Profitabilitas Produk divalue bersumber target profitabilitas, yakni rasio laba pada ekuitas yang menetapkan rencana jangka panjang.
 - b) Harga dan biaya produk ditentukan untuk mengapai target laba bersumber metode biaya yang diperbolehkan yakni:

Allowable Cost Method



Sumber: Tunggal (2013).

Biaya melayang dihitung sebagai perkiraan biaya bersumber biaya produk saat ini (perkiraan biaya saat ini). Perhitungan ini diterapkan oleh divisi-divisi perusahaan.

METHOD

Pendekatan penelitian yang dipakai ialah penelitian deskriptif berbentuk kualitatif. Penelitian deskriptif ialah penelitian yang menggambarkan keadaan suatu perusahaan hingga data-data yang diperlukan untuk menetapkan harga jual suatu produk secara tepat. Umumnya penelitian deskriptif ialah penelitian non hipotetis. Penelitian ini diterapkan pada studi kasus salah satu perusahaan untuk mengendalikan biaya produksi dan meningkatkan laba dengan menerapkan metode target cost di PT. Abc.

Data penelitian yang digunakan ialah data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang dikumpulkan dari lapangan, baik melalui observasi maupun wawancara dengan informan. Metode utama pengumpulan data ialah melalui wawancara lapangan dengan karyawan PT. Abc. Data sekunder ialah data pendukung yang diperoleh dari sumber lain maupun dari pihak tertentu di luar subjek penelitian. Data yang diperoleh berasal dari buku referensi, artikel penelitian, makalah penelitian terdahulu, maupun bahan bacaan lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

RESULTS AND DISCUSSION

PT. Abc didirikan pada tahun 2006, PT. Abc ialah perusahaan yang khusus menjual produk makanan kesehatan impor seperti buah-buahan dan sayur-sayuran, yang memiliki

cakupan sektor ritel modern termasuk semua hypermarket besar, supermarket, importir, sentra buah-buahan dan klien industri lainnya. Visi dan misi PT. Abc memfokuskan pada penawaran produk dari produsen dengan kualitas yang bermutu tinggi di Indonesia.

Bersumber hasil penelitian, harga pokok produk dan harga produksi bahwasanya Besar biaya untuk pembelian barang impor setiap bulannya dihitung dari harga pokok produk, antara lain biaya pengangkutan, karantina, peti kemas, biaya listrik apabila peti kemas tersebut menginap semalam di Belawan, serta biaya bongkar. Kalau kita hitung kuantitas totalnya akan mengapai Rp 400.000.000,-. 500.000.000, pengeluaran tergantung pada musim, stok yang dibutuhkan, dan permintaan pelanggan. Perusahaan memakai perhitungan Excel saat menghitung harga pokok produk. Dengan mengetahui pengeluaran yang dikeluarkan perusahaan dalam pembelian barang impor, tentunya perusahaan dapat menetapkan harga jual produk tersebut.

Staf pemasaran juga menyatakan bahwasanya perusahaan menetapkan margin laba sebesar 5%. Dalam mengambil keputusan penetapan harga, perusahaan wajib memastikan bahwasanya harga jual produk maupun jasanya kompetitif dan bermanfaat bagi pelanggan dan perusahaan itu sendiri. Dapat disimpulkan bahwasanya perusahaan menghitung harga jual suatu produk dengan cara menkuantitaskan semua pengeluaran yang ada, mulai dari biaya produk impor, biaya tenaga kerja dan biaya overhead produksi, ditambah dengan laba dan dibagi dengan kotak.

Perhitungan harga pokok produk memakai target costing dan hasil perhitungan di atas membuat diperolehnya harga pokok produksi yang lebih rendah daripada dengan harga pokok produksi yang tidak memakai metode target costing. Dengan memakai metode target costing, perusahaan dapat mendapat laba yang lebih tinggi. Bersumber penelitian ini, perusahaan dapat menghemat biaya produksi sebesar Rs. 5.623.829.257,4 dengan memakai metode sasaranhargadan pencapaian laba yang diharapkan sebesar 5% tercapai dan dengan pengendalian biaya produksi maka selisih biaya produksi perusahaan dengan biaya produksi dapat diketahui dengan memakai metode target costing Rp. 230.391.013,6.

Penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang diterapkan oleh Dedi Akbar Herianto dalam penelitiannya “Analisis Implementasi Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Manufaktur (Studi Kasus Pada UD Winda di Malino Kabupaten Gowa)” dimana hasil penelitian ini menampilkan bahwasanya implementasi target costing pada perusahaan Winda Trading lebih efisien daripada dengan apa yang diterapkan

perusahaan selama ini dan juga ialah alternatif yang baik bagi perusahaan untuk menekan biaya produksinya, dimana dengan menerapkan target costing perusahaan bisa mengapai biaya 9 kali lipat tabungan. dari % hingga 13% dari biaya yang dikeluarkan sebelum memakai metode target costing.

CONCLUTION

Bersumber penelitian dan pembahasan yang diterapkan peneliti di PT. Abc, maka dapat disimpulkan bahwasanya:

1. Harga pokok produk barang import pada PT. Abc menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan perusahaan sebelum penerapan target costing lebih tinggi dibandingkan biaya yang sudah menerapkan metode target costing.
2. Penerapan target costing dapat diterapkan dan dipakai sebagai dasar penghitungan harga pokok produk. Perhitungan dengan metode target costing menghasilkan biaya produksi yang lebih rendah dan laba yang lebih tinggi daripada dengan biaya produksi yang tidak memakai metode target costing sehingga menghasilkan biaya yang lebih tinggi. Perhitungan dengan metode target costing membuat terwujudnya efisiensi ekonomi pada PT. Abc dan dapat membagikan pengaruh positif dalam menekan biaya produksi, sehingga dapat dipakai untuk menetapkan harga jual yang kompetitif di pasaran (Marlina & Sari, 2023).

Pengurangan biaya yang dihasilkan tidak mengubah mutu produk dan membuat Anda meningkatkan laba secara optimal dengan tetap menjaga harga jual yang kompetitif di pasar (Setyaning Ayu & Wijayanti, 2022).

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bersumber temuan yang dikemukakan sebelumnya, peneliti menyampaikan saran bagi PT. Abc akan mempertimbangkan kemungkinan untuk memperkenalkan target costing sebagai alat untuk mengendalikan biaya produksi. Metode ini dapat dijadikan dasar untuk memilih berbagai alternatif dalam proses produksi yang berhubungan dengan biaya produksi.
2. Untuk peneliti selanjutnya, agar penerapan target costing lebih terlihat efisien, maka disarankan untuk menganalisis data yang lebih banyak seperti menambah tahun 2023 dan lebih mendalami lagi data yang di analisis.

- Affiqah, C., & Fuadi, R. (2019). Penerapan Metode Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba Pada Umkm Dendeng Sapi Aceh Di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 4(2), 1.
- choirul A. (2015). *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Sistem Activity Based Costing (Abc) Pada Usaha Kerajinan Kaligrafi Dan Relief Khasanah Jepara*.
- Diajukan, S., Persyaratan, M., Gelar, M., & Ekonomi, S. (2016). *Penerapan Target Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Cv. Yuli Putra Jakarta Selatan*.
- Diba, F. F., & Hidayati, C. (2018). *Penerapan Metode Target Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Pembuatan Produk Inner Carton (Studi Kasus Pt. Makmur Multi Mitra)*.
- Dilasari, A. T., Pramukti, A., Faisal, M., & Pelu, A. R. (2023). Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi. *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(3).
- Fadli, I., & Rizka ramayanti. (2020a). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing (Studi Kasus Pada UKM Digital Printing Prabu). *Jurnal Akuntansi Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 7(2), 148–161. <https://doi.org/10.30656/jak.v7i2.2211>
- Fadli, I., & Rizka ramayanti. (2020b). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing (Studi Kasus Pada UKM Digital Printing Prabu). *Jurnal Akuntansi Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 7(2), 148–161. <https://doi.org/10.30656/jak.v7i2.2211>
- Fauzi S. (2021). *Penerapan Metode Target Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Di Masa Pandemi Covid-19*.
- Goni, Y., Afandi Analisis Perhitungan Harga, D., F Goni, Y. M., Afandi, D., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi, F. (2016). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produk Di Pt. Bangun Wenang Beverages Company Manado. *Maret*, 4(1), 624–633. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11765>
- Kamilah. (2018). *Akuntansi Biaya an. Kamilah*.
- Lestari, W. (2023). *Analisis Penerapan Target Costing Untuk Pengendalian Biaya Service (Studi Kasus Pada Cv. Mahakam Jaya Safety)*.
- M. Bradford Clifton, W. P. T. H. M. B. B. R. E. A. (2019). *Target Costing*. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781482276343/target-costing-bradford-clifton-henry-bird-robert-albano-wesley-townsend>
- Marlina, E., & Sari, A. I. (2023). Analisis Determinan Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 13(2), 135–145. <https://doi.org/10.37859/jae.v13i2.6151>

Mulyani, S. (2020). *Konsep Dasar Sistem Pengendalian*.
<http://coretanalfin.blogspot.com/2016/03/peran-analis->

Setyaning Ayu, D., & Wijayanti, A. (2022). Analisis Penerapan Target Costing dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Singleface pada PT. Hilal Gemilang Khair. *Journal Ekombis Review*, 10(1), 397–407. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1>

Suryani S. (n.d.). *Analisis Penerapan Target Costing Dengan Pengendalian Biaya Bahan Baku Untuk Meningkatkan Laba (Studi Kasus Pada Cv. Budi Utama Surabaya)*.

Tertius, O. :, Caroline, C., Wokas, H. R. N., Ekonomi, F., Bisnis, D., Akuntansi, J., Sam, U., & Manado, R. (2016). Analisis Penerapan Target Costing. *Jurnal EMBA*, 593(1), 593–603.