



ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL BERDASARKAN TARGET COSTING PADA PT VARIA USAHA BETON PLANT BM MAKASSAR

Oleh :

ASHAR MUNTA

Email : asharmunta@yahoo.co.id

Pembimbing I :

FIRMAN MENNE

Email : firman@universitasbosowa.ac.id

Pembimbing II :

SERI SURIANI

Email : seri_suriani@ymail.com

**Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Bosowa Makassar**

ABSTRACT

Makassar, 10 September 2015. Thesis of Analytical Determination Of The Selling Price Based On The Target Costing Method PT Varia Usaha Beton Plant BM Makassar City (guided by Mr. Firman Menne, SE.,M.Si.,Ak.,CA and Mrs. Seri Suriani, SE.,M.Si. as a consultant I and II).

The Research was Conducted in the Month of June to September 2015 in Makassar. Please note that the PT Varia Usaha Beton Plant BM Makassar Is One Paving Block producing company, ready mix concrete and other Materials in the Largest city of Makassar, which has an Excellent track record.

In the production operations of the company, the most important thing to note is the problem of determining the selling price. Because it is fundamental to be considered by the management company in order to achieve the objectives of the issue of the company's profitability and the company's existence. Control of the company's management should be carried out to determine the deviations that occur in the production process so that management can move quickly to determine the solution that is needed. The purpose of this study was to determine the accuracy of the use of target costing method in determining the selling price on the Paving Block Concrete PT Varia Usaha Plant BM Makassar.

The methods used is Descriptive - Comparative. And to test the hypothesis of the study, researchers used a method comparison between Target Costing Method and the Conventional Method.

The Results showed there are differences in the price of Paving Blocks namely (1) in 2012 the difference between the price of Rp 25.70. (2) In 2013 the price difference Rp 3,31. And (3) In 2014 the difference between the price of Rp 1,37. Which means that the Target Costing Method is better than the Conventional Method in PT Varia Usaha Beton Plant BM Makassar.

Keywords : *Target Costing, Pricing, Sale Price, pricing.*



PENDAHULUAN

Dewasa ini dunia bisnis semakin meningkat seiring berjalannya waktu. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik. Salah satu cara untuk menjadi yang terbaik yaitu memberikan yang terbaik dari setiap produk yang dihasilkan agar konsumen dapat merasa puas dari setiap produk yang dihasilkan. Sehingga perusahaan dapat memiliki suatu karakter yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Dalam pelaksanaan produksi dari perusahaan, hal yang paling utama untuk diperhatikan adalah masalah penentuan harga jual. Karena hal tersebut merupakan hal yang fundamental untuk diperhatikan oleh manajemen perusahaan agar dapat mencapai sasaran perusahaan yaitu masalah profitabilitas dan eksistensi perusahaan.

Setiap perusahaan menghasilkan produk dan menjualnya ke pasar untuk memperoleh laba demi kelangsungan hidup mereka. Agar produk yang dihasilkan dapat laku di pasaran maka berbagai strategi dilakukan perusahaan, termasuk strategi penetapan harga. Kebanyakan perusahaan menetapkan harga produk baru mereka sebagai penjumlahan dari biaya dan laba yang dikehendaki. Metode yang dikenal dengan "*Cost-Plus Pricing*" ini banyak diterapkan oleh sebagian besar perusahaan Amerika dan Eropa. Alasannya bahwa perusahaan harus menghasilkan pendapatan yang dapat menutup semua biaya dan memperoleh laba. Namun metode *Cost-Plus Pricing* seringkali mengabaikan faktor permintaan dan persaingan. Semakin ketatnya persaingan dan kompleksnya pasar membuat perusahaan sulit untuk menetapkan harga produknya sesuai dengan yang dikehendaki, karena harga dibentuk oleh permintaan dan penawaran (pasar).

Salah satu metode yang efektif yang dapat digunakan untuk menetapkan harga jual yaitu metode *Target Costing*. *Target Costing* adalah suatu metode penentuan biaya produk berdasarkan harga yang bersedia dibayar oleh konsumen, yang bertujuan untuk mengurangi biaya agar target laba yang dikehendaki dapat tercapai.

PT Varia Usaha Beton merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan *Paving Block*. PT Varia Usaha Beton merupakan salah satu

perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Yang berdiri sejak tahun 1988 di Jawa Timur telah mengalami perkembangan yang pesat, baik dalam volume produksi maupun penjualannya.

Dari latar belakang tersebut diatas, maka penulis sangat tertarik untuk meneliti judul : “ Analisis Penetapan Harga Jual Berdasarkan *Target Costing* Pada PT Varia Usaha Beton *Plant* BM Makassar.”

Berdasarkan Latar belakang masalah tersebut diatas. Maka masalah pokok dalam penelitian tersebut yaitu : “ Apakah Metode *Target Costing* Jauh lebih baik dibandingkan Metode Konvensional dalam penetapan Harga Jual Pada PT Varia Usaha Beton *Plant* BM Makassar?”

TINJAUAN PUSTAKA

Harga merupakan hal yang berkaitan dengan dengan kebijakan strategis dan taktis seperti tingkat harga, diskon, syarat pembayaran dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan. Harga menggambarkan besarnya rupiah yang harus dikeluarkan seorang konsumen untuk memperoleh satu buah produk dan hendaknya harga akan dapat terjangkau oleh konsumen.

1. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi berfungsi sebagai dasar dalam menentukan harga jual. Untuk menetapkan harga jual, penting bagi perusahaan untuk mengetahui besarnya biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi barang yang akan dijual. Biaya tersebut sering disebut sebagai harga pokok produksi.

a. Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi terdiri dari:

1. Bahan Langsung (*Direct Material*)
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor Cost*)
3. *Overhead* Pabrik

b. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi , sistem akumulasi biaya yaitu :

1. Sistem Perhitungan Biaya Berdasarkan Pesanan (*Job Order Costing*)
2. Sistem Perhitungan Biaya Berdasarkan Proses (*Process Costing*).

c. Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2010 : 65) dalam perusahaan berproduksi umum, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk :

1. Menentukan harga jual produk
2. Memantau realisasi biaya produksi
3. Menghitung laba atau rugi periodik
4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

2. Pengertian *Target Costing*

Target costing adalah suatu metode penentuan biaya produk berdasarkan harga yang bersedia dibayar oleh konsumen, yang bertujuan untuk mengurangi biaya agar target laba yang dikehendaki dapat tercapai

a. Tujuan *Target Costing*

Tujuan penetapan *target costing* itu sendiri berbeda dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Salah satu tujuan dari *target costing* ini adalah untuk merancang biaya produk pada tahap perencanaan daripada mencoba mengurangi biaya selama tahap *manufacturing*.

b. Tahap Pengimplementasian *Target Costing*

Adapun lima tahap pengimplementasian pendekatan *target costing* menurut Blocher et al. terjemahan Tim Penerjemah Penerbit Salemba (2008 : 619) adalah :

1. Menentukan harga pasar
2. Menentukan laba yang diharapkan
3. Menghitung target biaya (*Target Cost*) pada harga pasar dikurangi laba yang diharapkan
4. Menggunakan rekayasa nilai (*Value*) untuk menentukan cara menurunkan biaya produk
5. Menggunakan perhitungan biaya kaizen dan pengendalian operasional untuk terus menurunkan biaya.



3. Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal.

METODOLOGI PENELITIAN

Perusahaan yang menjadi obyek penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah pada perusahaan pembuatan *Paving Block* yaitu pada PT Varia Usaha Beton *Plant* BM Makassar yang berlokasi di jalan Kima Raya II Kav S/1-F Makassar, Indonesia. Adapun waktu penelitian direncanakan selama 3 (Tiga) Bulan mulai bulan Juni hingga September Tahun 2015.

1. Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif adalah bagian dari statistika yang mempelajari alat, teknik, atau prosedur yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kumpulan data atau hasil pengamatan yang telah dilakukan. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain adalah kegiatan pengumpulan data, pengelompokan data, penentuan nilai dan fungsi statistik, serta pembuatan grafik, diagram dan gambar.

2. Analisa Komparatif

- Rumus Laba Target :

$$\text{Target Profit} = \text{Net Income (Laba Target)} : \text{Penjualan}$$

- Rumus *Target Costing* adalah sebagai berikut :

$$\text{Biaya Target} = \text{Harga Target} - \text{Laba Target}$$

- Rumus Metode Konvensional

$$\text{Harga Pokok produksi} + \text{Laba} = \text{Harga Jual}$$

PEMBAHASAN

TABEL 1
DATA PENJUALAN *PAVING BLOCK* PT VARIA USAHA BETON *PLANT*
BM MAKASSAR
TAHUN 2012

No.	Bulan	Volume Penjualan (Unit)	Total Penjualan (Rp)	Harga Rata – Rata (Rp)
1.	Januari	611.043,00	687.214.991,61	1.124,66
2.	Februari	576.421,00	724.034.158,56	1.256,09
3.	Maret	986.745,00	1.288.566.087,68	1.305,88
4.	April	1.467.652,00	1.783.323.580,06	1.215,09
5.	Mei	1.160.492,00	1.695.510.828,81	1.461,03
6.	Juni	1.354.912,00	1.776.411.782,73	1.311,09
7.	Juli	1.076.452,00	1.564.005.393,50	1.452,93
8.	Agustus	912.612,00	1.147.207.046,88	1.257,06
9.	September	982.821,00	1.177.499.438,74	1.198,08
10.	Oktober	1.134.568,00	1.553.035.731,36	1.368,83
11.	November	1.313.406,00	1.989.909.463,61	1.515,08
12.	Desember	1.451.621,00	2.220.170.778,71	1.529,44
TOTAL		13.028.745,00	17.606.889.282,25	1.332,94
Laba Bersih Tahun 2012			= Rp 2.619.012.471,00	
Harga Pokok Produksi			= Rp 14.987.876.811,25	

Sumber : PT Varia Usaha Beton *Plant* BM Makassar, tahun 2015

Pada Data penjualan Tahun 2012 PT Varia Usaha Beton *Plant* BM Makassar menghasilkan Volume Penjualan sebesar 13.028.745,00 unit *PavingBlock* dengan harga rata – rata per unitnya sebesar Rp 1.332,94 sehingga menghasilkan volume penjualan sebesar Rp 17.606.889.282,25. Dengan Harga Pokok produksi sebesar Rp 14.987.876.811,25 dapat menghasilkan Laba Bersih sebesar Rp 2.619.012.471,00



Metode *Target Costing*

$$\begin{aligned}\text{Target Profit} &= \text{Net Income (Laba Target) : Penjualan} \\ &= \text{Rp } 2.619.012.471 : \text{Rp } 17.606.889.282,25 \times 100 \% \\ &= 14,87 \%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Target Biaya} &= \text{Harga Target} - \text{Laba Target} \\ &= \text{Rp } 1.332,94 - (14,87 \% \times \text{Rp } 1.332,94) \\ &= \text{Rp } 1.332,94 - \text{Rp } 198,27 \\ &= \text{Rp } 1.134,67 / \text{unit}\end{aligned}$$

Maka, biaya yang harus digunakan dalam memproduksi *Paving Block* yaitu tidak boleh lebih dari Rp 1.134,67 / unit *Paving Block*. Dengan Target laba sebesar 14,87 % maka Harga Jual *Paving Block* berdasarkan metode *target Costing* yaitu Sebesar Rp 1.332,94 / unit *Paving Block*.

Metode Konvensional

$$\begin{aligned}\text{HPP} &= \text{Total Biaya : Total Produksi} \\ &= \text{Rp } 14.987.876.811,25 : 13.028.745,00 \\ &= \text{Rp } 1.150,37 / \text{unit}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Target Profit} &= \text{Net Income (Laba Target) : Penjualan} \\ &= \text{Rp } 2.619.012.471,00 : \text{Rp } 17.606.889.282,25 \times 100 \\ &= 14,87 \%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok produksi} + \text{Laba} \\ &= \text{Rp } 1.150,37 / \text{unit} + (14,87 \% \times \text{Rp } 1.332,94) \\ &= \text{Rp } 1.150,37 / \text{unit} + \text{Rp } 198,27 / \text{unit} \\ &= \text{Rp } 1.348,64 / \text{unit}\end{aligned}$$

Maka, Dengan Target Laba Sebesar 14,87 % maka Harga Jual *paving Block* berdasarkan metode Konvensional yaitu sebesar Rp 1.348,58 / unit *Paving Block*.

Berdasarkan data penjualan pada tahun 2012 penetapan harga jual berdasarkan metode *target costing* lebih baik dibandingkan metode konvensional. Hal tersebut dapat terlihat perbedaan selisih harga yakni sebesar Rp 25,70 / unit



JURNAL RISET EDISI V

UNIBOS MAKASSAR APRIL 2016

Dimana harga berdasarkan *target costing* lebih rendah dibandingkan harga berdasarkan metode konvensional.

TABEL 2
DATA PENJUALAN *PAVING BLOCK* PT VARIA USAHA BETON *PLANT*
BM MAKASSAR
TAHUN 2013

No.	Bulan	Volume Penjualan (Unit)	Total Penjualan (Rp)	Harga Rata – Rata (Rp)
1	Januari	576.987,00	769.469.671,95	1.333,60
2	Februari	693.098,00	797.627.438,33	1.150,81
3	Maret	1.256.947,00	1.911.387.785,78	1.520,66
4	April	1.378.329,00	2.085.743.198,96	1.513,24
5	Mei	985.946,00	1.468.621.640,25	1.489,56
6	Juni	1.164.756,00	1.655.464.956,30	1.421,30
7	Juli	905.356,00	1.320.752.432,29	1.458,82
8	Agustus	1.002.421,00	1.565.204.098,24	1.561,42
9	September	1.262.867,00	1.699.426.495,56	1.345,69
10	Oktober	1.004.539,00	1.572.635.342,91	1.565,53
11	November	1.325.572,00	1.853.866.364,94	1.398,54
12	Desember	1.654.476,00	2.096.610.187,68	1.267,24
TOTAL		13.211.294,00	18.796.809.613,19	1.418,87
Laba Bersih Tahun 2013 = Rp			2.913.505.490,04	
Harga Pokok Produksi = Rp			15.883.304.123,15	

Sumber : PT Varia Usaha Beton *Plant* BM Makassar, tahun 2015

Pada Data penjualan Tahun 2013 PT Varia Usaha Beton *Plant* BM Makassar menghasilkan Volume Penjualan sebesar 13.211.294,00 unit *PavingBlock* dengan harga rata – rata per unitnya sebesar Rp 1.418,87 sehingga menghasilkan volume penjualan sebesar Rp18.796.809.613,19. Dengan Harga Pokok produksi sebesar Rp 15.883.304.123,15 dapat menghasilkan Laba Bersih sebesar Rp 2.913.505.490,04.



Metode *Target Costing*

$$\begin{aligned}\text{Target Profit} &= \text{Net Income (Laba Target) : Penjualan} \\ &= \text{Rp } 2.913.505.490,04 : \text{Rp } 18.796.809.613,19 \times 100 \% \\ &= 15,50 \% \\ \text{Target Biaya} &= \text{Harga Target} - \text{Laba Target} \\ &= \text{Rp } 1.418,87 - (15,50 \% \times \text{Rp } 1.418,87) \\ &= \text{Rp } 1.418,87 - \text{Rp } 219,92 \\ &= \text{Rp } 1.198,94 / \text{unit}\end{aligned}$$

Maka, biaya yang harus digunakan dalam memproduksi *Paving Block* yaitu tidak boleh lebih dari Rp 1.198,94 / unit *Paving Block*. Dengan Target laba sebesar 15,5 % maka Harga Jual *Paving Block* berdasarkan metode *target Costing* yaitu Sebesar Rp 1.418,87 / unit *Paving Block*.

Metode Konvensional

$$\begin{aligned}\text{HPP} &= \text{Total Biaya : Total Produksi} \\ &= \text{Rp } 15.883.304.123,15 : 13.211.294,00 \\ &= \text{Rp } 1.202,25 / \text{unit} \\ \text{Target Profit} &= \text{Net Income (Laba Target) : Penjualan} \\ &= \text{Rp } 2.913.505.490,04 : \text{Rp } 18.796.809.613,19 \times 100 \% \\ &= 15,50 \% \\ \text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok produksi} + \text{Laba} \\ &= \text{Rp } 1.202,25 / \text{unit} + (15,50 \% \times \text{Rp } 1.418,87) \\ &= \text{Rp } 1.202,25 / \text{unit} + \text{Rp } 219,92 / \text{unit} \\ &= \text{Rp } 1.422,18 / \text{unit}\end{aligned}$$

Maka, Dengan Target Laba Sebesar 15,50 % maka Harga Jual *pavingBlock* berdasarkan metode Konvensional yaitu sebesar Rp 1.422,18/ unit *Paving Block*.

Berdasarkan data penjualan pada tahun 2013 penetapan harga jual berdasarkan metode *target costing* lebih baik dibandingkan metode konvensional. Hal tersebut dapat terlihat perbedaan selisih harga Yakni sebesar Rp 3,31 / unit



Dimana harga berdasarkan *target costing* lebih rendah dibandingkan harga berdasarkan metode konvensional.

TABEL 3
DATA PENJUALAN *PAVING BLOCK* PT VARIA USAHA BETON *PLANT*
BM MAKASSAR
TAHUN 2014

No.	Bulan	Volume Penjualan (Unit)	Total Penjualan (Rp)	Harga Rata – Rata (Rp)
1	Januari	674.354,00	1.209.161.404,06	1.793,07
2	Februari	693.520,00	998.227.629,54	1.439,36
3	Maret	1.395.842,00	1.930.843.493,70	1.383,28
4	April	1.564.128,00	2.261.534.207,96	1.445,88
5	Mei	872.894,00	1.322.529.543,96	1.515,11
6	Juni	1.161.286,00	1.588.047.376,44	1.367,49
7	Juli	981.256,00	1.366.255.784,16	1.392,35
8	Agustus	1.016.278,00	1.476.463.959,10	1.452,82
9	September	1.519.648,00	2.201.409.545,10	1.448,63
10	Oktober	1.321.148,00	2.166.040.126,88	1.639,51
11	November	1.670.328,00	2.914.382.560,52	1.744,80
12	Desember	1.423.350,00	2.380.906.168,98	1.672,75
TOTAL		14.294.032,00	21.815.801.800,40	1.524,59
Nett Profit Tahun 2014 = Rp		3.490.528.288,06		
Harga Pokok Produksi = Rp		18.325.273.512,34		

Sumber : PT Varia Usaha Beton *Plant* BM Makassar, tahun 2015

Pada Data penjualan Tahun 2014 PT Varia Usaha Beton *Plant* BM Makassar menghasilkan Volume Penjualan sebesar 14.294.032,00 unit *PavingBlock* dengan harga rata-rata per unitnya sebesar Rp 1.524,59 sehingga menghasilkan volume penjualan sebesar Rp21.815.801.800,40. Dengan Harga Pokok produksi sebesar Rp 18.325.273.512,34 dapat menghasilkan Laba Bersih sebesar Rp 3.490.528.288,06

Metode *Target Costing*

$$\begin{aligned}\text{Target Profit} &= \text{Net Income (Laba Target)} : \text{Penjualan} \\ &= \text{Rp } 3.490.528.288,06 : \text{Rp}21.815.801.800,40 \times 100 \% \\ &= 16 \% \\ \text{Target Biaya} &= \text{Harga Target} - \text{Laba Target} \\ &= \text{Rp } 1.524,59 - (16 \% \times \text{Rp } 1.524,59) \\ &= \text{Rp } 1.524,59 - \text{Rp}243,93 \\ &= \text{Rp } 1.280,66 / \text{unit}\end{aligned}$$

Maka, biaya yang harus digunakan dalam memproduksi *Paving Block* yaitu tidak boleh lebih dari Rp 1.280,66 / unit *Paving Block*. Dengan Target laba sebesar 16 % maka Harga Jual *Paving Block* berdasarkan metode *target Costing* yaitu Sebesar Rp 1.280,66 / unit *Paving Block*.

Metode Konvensional

$$\begin{aligned}\text{HPP} &= \text{Total Biaya} : \text{Total Produksi} \\ &= \text{Rp } 18.325.273.512,34 : 14.294.032,00 \\ &= \text{Rp } 1.282,02 / \text{unit} \\ \text{Target Profit} &= \text{Net Income (Laba Target)} : \text{Penjualan} \\ &= \text{Rp } 3.490.528.288,06 : \text{Rp}21.815.801.800,40 \times 100 \% \\ &= 16 \% \\ \text{Harga Jual} &= \text{Harga Pokok produksi} + \text{Laba} \\ &= \text{Rp } 1.282,02 / \text{unit} + (16 \% \times \text{Rp } 1.430,30) \\ &= \text{Rp } 1.282,02 / \text{unit} + \text{Rp } 243,93 / \text{unit} \\ &= \text{Rp } 1.525,96 / \text{unit}\end{aligned}$$

Maka, Dengan Target Laba Sebesar 16 % maka Harga Jual *paving Block* berdasarkan metode Konvensional yaitu sebesar Rp 1.525,96 / unit *Paving Block*.

Berdasarkan data penjualan pada tahun 2014 penetapan harga jual berdasarkan metode *target costing* lebih baik dibandingkan metode konvensional. Hal tersebut dapat terlihat perbedaan selisih harga yakni sebesar Rp 1.37 / unit .

Dimana harga berdasarkan *target costing* lebih rendah dibandingkan harga berdasarkan metode konvensional.

TABEL 4
TABEL PERBANDINGAN HARGA JUAL *PAVING BLOCK* BERDASARKAN
METODE *TARGET COSTING* DAN KONVENSIONAL
TAHUN 2015

No	Tahun	Target Costing		Konvensional		Target Profit (%)	Selisih Harga (Rp)
		Target Biaya (Rp)	Harga Jual (Rp)	HPP (Rp)	Harga Jual (Rp)		
1	2012	1,134.67	1,322.94	1,150.37	1,348.64	14.87	25.70
2	2013	1,198.94	1,418.87	1,202.25	1,422.18	15.50	3.31
3	2014	1,280.66	1,524.59	1,282.02	1,525.96	16.00	1.37

Sumber : Hasil analisis, tahun 2015

Berdasarkan hasil analisis data tahun 2012–2014 seperti pada tabel tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa penetapan harga jual berdasarkan metode *target costing* lebih baik dibandingkan menggunakan metode konvensional dimana terdapat selisih harga yaitu :

1. Pada tahun 2012 selisih harga *paving block* per unitnya yakni senilai Rp 25.7.
2. Pada tahun 2013 selisih harga *paving block* per unitnya yakni senilai Rp 3.31.
3. Pada tahun 2014 selisih harga *paving block* per unitnya yakni senilai Rp 1.37.

Perbedaan selisih harga tersebut terjadi karena harga pokok produksi berdasarkan *target costing* lebih rendah dibandingkan harga pokok produksi berdasarkan metode konvensional. Selisih tersebut terjadi dikarenakan pada metode *target costing* biaya–biaya pada proses produksi di minimalkan dengan cara melakukan perencanaan laba sebelum melaksanakan produksi.

Dilihat bahwa pada data tersebut terdapat penurunan selisih harga. Hal tersebut terjadi karena meningkatnya harga bahan baku sehingga perusahaan sulit untuk menghindari pembengkakan biaya produksi. Meskipun demikian, metode *target costing* tetap dapat lebih unggul dibandingkan metode konvensional



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Metode *target costing* merupakan salah satu metode untuk merencanakan laba, dimana dilihat bahwa metode tersebut dapat meminimalkan biaya-biaya yang tidak seharusnya terjadi dalam proses produksi.
2. Metode *target costing* lebih baik dan tepat digunakan dalam menentukan harga jual *paving block* pada PT Varia Usaha Beton *Plant* BM Makassar. Hal tersebut terlihat bahwa terdapat selisih antara penggunaan metode *target costing* dan metode konvensional.
3. Perbedaan antara metode *target costing* dan metode konvensional yakni metode *target costing* dapat meminimalkan biaya produksi. Sehingga dapat memaksimalkan sumber-sumber daya yang ada dan memaksimalkan profit. Hal tersebut terlihat pada hasil analisis dimana harga pokok produksi *paving block* berdasarkan metode *target costing* lebih rendah dibandingkan harga pokok berdasarkan metode konvensional.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim, 2001, *Akuntansi Keuangan Daerah*, Jakarta, Salemba Empat.
- Adrian Payne, 2000, *Pemasaran Jasa, The Essence of Service Marketing*, Yogyakarta, Andi.
- Bastian Bustami dan Nurlela, 2010, *Akuntansi Biaya Edisi 4*, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Basu Swastha dan Irawan, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Liberty.
- Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi.
- Garrison, Ray H dan Eric W. Noreen, 2000, *Akuntansi Manajerial Buku 1, Alih Bahasa A. Totok Bidisantoso*, Jakarta, Salemba Empat.
- H. Djaslim Saladin, 2000, *Intisari Pemasaran dan Unsur - unsur Pemasaran*, Bandung, Linda Karya.
- Harini, 2008, *Makro Ekonomi Pengantar*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- L.M Samryn, 2002, *Akuntansi Manajerial*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Marius Angipora P, 1999, *Dasar - Dasar Pemasaran*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Mas'ud Machfoedz, 1995, *Akuntansi biaya edisi II*, Yogyakarta, Universitas gajah mada.
- Mulyadi, 2001, *Sistem Akuntansi*, Jakarta, Salemba Empat.
- Slamet Sugiri dan Bogat Agus Riyono, 2001, *Akuntansi Pengantar 1 edisi 7*, Yogyakarta, UPP STIM YKPN.
- Sukirno Sadono, 2006, *Ekonomi Pembangunan Proses masalah dan Dasar Kebijakan, cetakan ketiga*, Jakarta, Penerbit Kencana.
- Supriyono, 2000, *Sistem Pengendalian Manajemen, Edisi Pertama*, Yogyakarta, BPFE.
- Tresno Lesmono, 1998, *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta, Akademia Akuntansi YKPN.
- Winardi, 1990, *Pengantar Ilmu Ekonomi Edisi VII Buku 2*, Bandung, Tarsito.

