

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### 2.1 Review Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan antara penerapan metode *target costing* untuk mengefisiensi biaya produksi pada suatu perusahaan.

(Rahmawati, 2020) melaksanakan kegiatan penelitian yang berjudul “Penerapan *Target Costing* Dalam Pengendalian Biaya Produksi Untuk Memaksimalkan Laba (Studi Kasus pada UKM Gudange Tahu Takwa Kediri). Objek pada penelitian ini yaitu UKM Gudange Tahu Takwa Kediri. Penelitian ini merupakan jenis penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dan metode pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perhitungan sebelum dilakukan dengan penerapan *target* total biaya produksi tahu kuning spesial selama tahun 2018 sebesar Rp. 2.372.214.000, total biaya produksi tahu kuning biasa selama tahun 2018 sebesar Rp. 1.610.347.500, dan total biaya produksi untuk tahu kuning mini sebesar Rp. 1.347.192.000, lalu setelah dilakukan penerapan *target costing* total biaya produksi untuk tahu kuning spesial sebesar Rp. 2.219.022.000, total biaya produksi untuk tahu kuning biasa sebesar Rp. 1.500.835.500, dan total biaya produksi untuk tahu kuning mini sebesar Rp. 1.276.368.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan dilakukannya penerapan *target costing* dapat memaksimalkan laba UKM Gudange Tahu Takwa Kediri dibandingkan sebelum dilakukannya penerapan metode *targer costing*.

(Wuysang and Pusung, 2019) melaksanakan kegiatan penelitian yang berjudul “Penerapan *Target Costing* dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor pada UD. JJ Bakery”. Objek pada penelitian yaitu UD. JJ Bakery. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan metode pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa saat penerapan

perhitungan *target costing* yang dilakukan pada UD. JJ Bakery terdapat adanya efisiensi biaya produksi, sebelum perusahaan menggunakan metode tersebut laba kotor yang dihasilkan sebesar Rp. 230.128.704 setelah menggunakan metode *target costing* labar kotor yang dihasilkan sebesar Rp. 234.601.536 , sehingga perusahaan mengalami peningkatan laba kotor sebesar Rp. 4.472.832. Dalam hal ini penerapan metode *target costing* sangat disarankan bagi perusahaan, karena diharapkan dengan penerpan metode tersebut dapat menghasilkan laba kotor sesuai yang diinginkan oleh perusahaan.

(Anugerah et al., 2017) melaksanakan kegiatan penelitian yang berjudul “Penerapan *Target Costing* dalam Pengelolaan Biaya Produk untuk Optimasi Laba”. Objek pada penelitian ini yaitu produsen tape Sumber Madu. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif lalu pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara dengan pemilik produsen tape Sumber Madu dan kepala produksi Sumber Madu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan metode *target costing* yang diterapkan pada produsen tape Sumber Madu sangat berpengaruh dalam mengoptimalkan laba sesuai dengan yang diinginkan, sehingga dapat mengefisiensi biaya produksi pada setiap produk dengan baik.

(Arifin, 2016) melaksanakan kegitan penelitian yang berjudul “Analisi *Target Costing* dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Kotor pada Mandala Bakery”. Objek pada pada penelitian ini yaitu Mandala Bakery. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan melakukan observasi dan wawancara dalam pengumpulan datanya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *target costing* dapat mengefisiensi perhitungan biaya produksi yang ada pada Mandala Bakery, berdasarkan perbandingan yang dilakukan ketika pada saat diterapkannya *target costing* dan sebelum diterapkannya *target costing*.

(Juwita and Satria, 2017) melaksanakan kegiatan penelitian yang berjudul “Penerapan *Target Costing* dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi untuk

Peningkatan Laba Produk”. Objek pada penelitian ini yaitu CV. HOKI Production. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *target costing* dapat membuat biaya produksi menjadi lebih efisien serta laba yang diinginkan perusahaan dapat tercapai, karena pada saat sebelum diterapkannya metode *target costing* perusahaan membutuhkan biaya produksi sebesar Rp. 69.972.000 untuk produksi kaos oblong berbahan katun combed, lalu setelah menerapkan metode *target costing* biaya produksi menjadi Rp. 67.673.600 sehingga perusahaan juga mengalami peningkatan laba yang diinginkan.

## **2.2 Kajian Pustaka**

### **1. Pengertian dan tujuan biaya**

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi perusahaan, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk menghasilkan suatu barang atau produk. (Mulyadi, 2016:8).

### **2. Klasifikasi biaya**

Klasifikasi biaya dibutuhkan untuk menyampaikan dan menyajikan data biaya agar berguna bagi manajemen dalam mencapai berbagai tujuannya. Sebelum menghimoun dan mengalokasikan biaya dengan baik. (Siregar et al., 2013) menyatakan bahwa pada dasarnya biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan:

#### **1. Ketelusuran biaya**

Berdasarkan klasifikasi ketelusuran biaya pada suatu produk atau barang, biaya dibedakan menjadi dua golongan sebagai berikut:

- a. Biaya langsung atau biasa disebut juga dengan *direct cost* yaitu suatu biaya yang ditelusuri pada produk secara langsung. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dapat ditelusuri pada produk. Dalam pembuatan suatu barang, banyaknya bahan baku dan biaya lain yang di gunakan untuk pembuatan suatu barang dapat ditelusuri pada setiap barang yang telah

diproduksi. Biaya tenaga kerja langsung yaitu upah karyawan produksi yang terlibat langsung dalam pembuatan suatu barang atau produk. Lalu jam kerja karyawan tersebut dapat ditelusuri sampai ke setiap produk atau barang yang dihasilkan.

- b. Biaya tidak langsung atau disebut juga dengan *indirect cost* yaitu suatu biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung pada produk. Upah atau gaji mandor pada saat produksi barang adalah contoh biaya tidak langsung. Karena seorang mandor tidak terlibat langsung dalam pembuatan suatu barang atau produk dan mandor yang bertugas dapat mengawasi lebih dari satu pembuatan barang atau produk sekaligus. Oleh sebab itu, upah seorang mandor tidak dapat digolongkan sebagai biaya langsung namun termasuk golongan biaya tidak langsung.

## 2. Perilaku biaya

(Siregar et al., 2013) menyatakan bahwa berdasarkan klasifikasi perilaku biaya dengan tingkat aktivitas yang dapat berubah, naik atau turun. Perilaku tersebut mendefinisikan bahwa pola variasi perubahan aktivitas terhadap perubahan biaya. Perilaku biaya ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Biaya variabel atau disebut juga dengan istilah *variable cost* yaitu biaya yang jumlah totalnya dapat berubah menyesuaikan dengan perubahan tingkat aktivitasnya. Contoh dari biaya variabel ini adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, yang apabila pada aktivitas produksinya bertambah maka jumlah biaya variabel juga akan bertambah sesuai dengan banyaknya barang yang diproduksi. Dan sebaliknya apabila aktivitas produksi menurun maka jumlah biaya variabel juga ikut turun. Namun biaya variabel per unit tidak akan berubah meskipun jumlah biaya berubah sesuai dengan perubahan aktivitas yang terjadi.
- b. Biaya tetap atau dapat disebut juga dengan istilah *fixed cost* yaitu biaya yang tidak berpengaruh pada tingkat aktivitas yang terjadi dalam kisaran waktu tertentu. Meskipun tingkat aktivitas naik atau turun, jumlah biaya tetap tidak

akan berubah. Namun biaya produksi per unit akan berubah seiring dengan perubahan tingkat aktivitas. Jika tingkat aktivitas naik atau meningkat biaya tetap per unit akan berubah sesuai dengan tingkat aktivitasnya. Contoh biaya tetap yaitu biaya sewa peralatan pabrik.

- c. Biaya campuran atau disebut juga dengan istilah *mixed cost* yaitu biaya yang mempunyai karakteristik biaya variabel dan juga biaya tetap. Ada beberapa unsur pada biaya campuran yang tidak berubah walaupun tingkat aktivitas yang terjadi berubah. Contoh dari biaya campuran yaitu biaya listrik. Karena biaya listrik dapat berubah apabila pemakaiannya sesuai dengan tingkat aktivitas yang terjadi. Dan biaya abodemen listrik tidak akan berubah meskipun tingkat aktivitas berubah.

### 3. Fungsi pokok perusahaan

Menurut (Siregar et al., 2013) klasifikasi fungsi pokok perusahaan mempunyai tiga jenis fungsi yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, lalu fungsi administrasi dan umum. Berdasarkan fungsi pokok perusahaan tersebut, biaya yang diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Biaya produksi atau disebut juga dengan *production cost* yaitu biaya yang digunakan untuk pembuatan bahan menjadi suatu produk atau barang jadi. Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik termasuk kedalam biaya produksi.
- b. Biaya pemasaran atau disebut juga dengan istilah *marketing cost* yaitu meliputi beberapa biaya yang digunakan dalam memasarkan sebuah produk atau jasa. Contoh seperti biaya promosi, biaya iklan, dan juga biaya pengiriman.
- c. Biaya administrasi dan umum atau disebut juga dengan *general and administrative expense* merupakan biaya digunakan untuk mengerahkan, menjalankan, dan juga mengendalikan perusahaan. Biaya ini terjadi pada biaya administrasi dan umum. Contoh seperti gaji pegawai administrasi, biaya perlengkapan kantor, dan biaya depresiasi gedung kantor.

#### 4. Elemen biaya produksi

(Siregar et al., 2013) Menyatakan bahwa klasifikasi elemen biaya produksi, aktivitas produksi merupakan aktivitas memproses bahan menjadi sebuah produk jadi. Proses tersebut dilakukan oleh tenaga kerja mesin, peralatan, dan fasilitas lainnya. Berdasarkan klasifikasi elemen biaya produksi tersebut, biaya yang diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Biaya bahan baku atau disebut juga dengan *raw material cost* yaitu suatu nilai bahan baku untuk proses produksi yang akan diubah menjadi suatu produk atau barang jadi. Ada dua macam kategori bahan yaitu bahan baku dan bahan penolong. Ketelusuran nilai ini yang menjadi dasar untuk mengklasifikasikan bahan menjadi bahan baku atau bahan penolong. Apabila suatu produk atau barang dapat mudah untuk ditelusur, menandakan bahwa bahan tersebut termasuk kedalam kategori bahan baku. Contoh pembuatan minuman kopi susu, pada proses pembuatannya diperlukan bahan berupa air, kopi, es batu, susu, dan gula. Air, kopi, dan susu dikategorikan sebagai bahan baku, lalu es batu dan gula termasuk kategori bahan penolong. Namun bahan penolong tidak termasuk kedalam klasifikasi biaya bahan baku, melainkan biaya overhead pabrik.
- b. Biaya tenaga kerja langsung atau disebut juga dengan *direct labor cost* merupakan nilai upah atau gaji tenaga kerja yang ikut serta langsung dalam suatu proses pembuatan produk atau barang. Ada dua jenis tenaga kerja yaitu tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tak langsung. Pegawai atau karyawan yang langsung terlibat dalam pembuatan suatu produk atau barang termasuk kedalam kategori tenaga kerja langsung, contoh seperti buruh, tukang, dan kuli bangunan. Lalu kategori tenaga kerja tak langsung yaitu karyawan atau pekerja yang tidak terlibat langsung dalam proses produksi, contoh seperti supervisor, kepala pabrik, dan mandor. Namun biaya tenaga kerja tak langsung masuk kedalam kategori klasifikasi biaya overhead pabrik.

- c. Biaya overhead pabrik atau disebut juga dengan *manufacture overhead cost* merupakan keseluruhan biaya produksi yang diluar dari biaya bahan baku dan juga biaya tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik meliputi nilai bahan penolong yang pakai, upah atau gaji tenaga kerja tak langsung, depresiasi bangunan pabrik, depresiasi peralatan pabrik, dan juga asuransi pabrik.

### 3. Metode Perhitungan Harga Pokok Produksi

Dengan menghitung harga pokok produksi suatu perusahaan dapat mengetahui biaya produksi yang akan dikeluarkan, sehingga perusahaan dapat menentukan harga jual dari suatu produk agar sesuai dengan pengeluaran biaya produksi untuk pembuatan produk.

#### 1. Metode *Full Costing*

Menurut (Mulyadi, 2009:26) menyatakan bahwa *full costing* adalah salah satu metode perhitungan harga pokok produksi yang dalam perhitungannya memasukkan semua unsur biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, yang bersifat variable maupun ditambah dengan biaya non produksi seperti biaya administrasi umum dan biaya pemasaran. Perhitungan penentuan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xx	
Biaya tenaga kerja langsung	xx	
Biaya overhead pabrik tetap	xx	
Biaya overhead pabrik variabel	xx	+
<hr/>		
Harga pokok produksi	xx	
Biaya administrasi umum	xx	
Biaya pemasaran	xx	+
<hr/>		
Total harga pokok produk	xx	

Sumber: Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 2009, hal. 18

## 2. Metode *Variable Costing*

Menurut (Mulyadi, 2009:26) menyatakan bahwa *variable costing* merupakan suatu metode perhitungan harga pokok produksi yang dalam perhitungannya hanya menghitung biaya produksi variabel saja. Biaya variabel merupakan biaya yang berubah berdasarkan banyaknya barang yang diproduksi atau biasa disebut dengan istilah *direct costing*. Berikut perhitungan penentuan harga pokok produksi menggunakan metode *variable costing* sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xx	
Biaya tenaga kerja langsung	xx	
Biaya overhead pabrik variabel	xx	+
<hr/>		
Harga pokok produksi variabel	xx	
Biaya pemasaran variabel	xx	
Biaya administrasi umum variabel	xx	+
<hr/>		
Total biaya variabel	xx	
Biaya overhead pabrik tetap	xx	
Biaya pemasaran tetap	xx	
Biaya administrasi umum tetap	xx	+
<hr/>		
Total biaya tetap	xx	
Total harga pokok produk	xx	

## 3. Metode *Target Costing*

(Mulyadi, 2007:421) menyatakan bahwa target biaya atau *target costing* merupakan suatu metode yang digunakan untuk menetapkan biaya suatu produk atau jasa berdasarkan dengan harga yang ingin dicapai dan sesuai dengan



kemampuan konsumen atau pembeli. (Hansen Mowen, 2009) berdasarkan pernyataannya bahwa target biaya atau *target costing* merupakan suatu perbedaan antara harga jual produk yang dibutuhkan agar dapat mencapai pangsa pasar tertentu dengan laba per satuan produk sesuai dengan keinginan perusahaan. Lalu menurut Kusumadewi (2017) yang dikutip dalam (Wuysang and Pusung, 2019) berdasarkan pernyataannya target biaya atau *target costing* adalah sebuah metode penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan. Berikut perhitungan penentuan harga pokok produksi menggunakan metode *target costing* sebagai berikut:

$$\text{Biaya produksi} = \text{Harga jual} - \text{Laba}$$