

# ANALISIS IMPLEMENTASI *TARGET COSTING* SEBAGAI OPTIMALISASI LABA PADA BATARA BATIK BANYUWANGI

Nurul Mariatul Laily Octaviani<sup>1)</sup>, Nina Dwi Setyaningsih<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
 nurulmariatul.lailyoctaviani@gmail.com<sup>1)</sup>, shirlytania89@yahoo.com<sup>2)</sup>

Editor's Request 2022-04-07	Your Response 2022-04-25	Review Submitted 2022-05-17	Review Due 2022-04-29
--------------------------------	-----------------------------	--------------------------------	--------------------------

## Abstrak

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup besar bagi industri ekonomi, khususnya bagi UMKM. Salah satunya menyebabkan UMKM mengalami penurunan omset sehingga sulit bagi pelaku usaha untuk menutupi biaya yang dikeluarkan selama produksi. Metode target costing merupakan alternatif yang baik yang dapat menekan biaya dengan merencanakan dan mengelola biaya sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan laba operasinya. Penelitian ini bertujuan untuk meminimalkan biaya produksi, sehingga membantu perusahaan dalam merencanakan peningkatan laba operasi. Lokasi penelitian berada di Batara Batik Banyuwangi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan data primer dan data sekunder. Subjek penelitian terdiri dari tiga orang informan yaitu pemilik usaha dan dua orang karyawan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan target costing dapat menjadi dasar untuk memperkirakan biaya produksi yang lebih baik dan upaya lain untuk meningkatkan proyeksi laba perusahaan dengan mengurangi biaya yang dikeluarkan selama produksi.

**Kata kunci:** Target Costing, Optimasi Laba, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

## Abstract

The Covid-19 pandemic has had a considerable impact on the economic industry, especially for MSMEs. One of them is causing MSMEs to experience a decrease in turnover so that it is difficult for business actors to cover the costs incurred during production. The target costing method is a good alternative that can reduce costs by planning and managing costs so that companies can optimize their operating profits. This study aims to minimize production costs, thus helping the company in planning to increase operating profit. The research location is in Batara Batik Banyuwangi. The type of research used is descriptive qualitative research with primary data and secondary data. The research subjects consisted of three informants, namely business owners and two employees. Data was collected through observation, interviews, and documentation. Data analysis went through three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results show that the implementation of target costing can be the basis for better estimating production costs and other efforts to increase the company's projected profit by reducing costs incurred during production.

**Keywords:** Target Costing, Profit Optimization, Micro Small Medium Enterprises (MSMEs)

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu industri penting dalam perekonomian Indonesia. Industri ini dikelola oleh perorangan atau badan usaha, termasuk kriteria usaha kecil atau mikro yang bergerak di bidang perdagangan. Perkembangan usaha kecil, menengah, dan mikro Indonesia memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia yaitu kesempatan kerja yang luas dan berperan penting dalam perkembangan produk domestik bruto (PDB) Indonesia (Ramadhani & Novita, 2018).

Sebelum adanya pandemi Covid-19, sebagian besar pelaku usaha mengalami kondisi usaha yang cukup baik. Namun, ketika Indonesia mengalami pandemi Covid-19, semuanya berubah dan berbalik. Sekitar 56,8% UMKM dalam kondisi kurang baik dan hanya 14,1% UMKM yang masih dalam kondisi baik. Sebagian besar UMKM sebesar 82,9% terkena dampak negatif dari pandemi ini. Hanya 5,9% pelaku usaha yang benar-benar mendapatkan efek positif.

Hasil dari berbagai lembaga seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) dan Bank Dunia mengungkapkan banyak UMKM yang kesulitan membayar kewajiban dan biaya perusahaan di masa pandemi ini. Oleh karena itu, beberapa karyawan diberhentikan dari pekerjaan. Kendala lain yang dialami oleh UMKM yaitu kesulitan memperoleh bahan baku, permodalan, penurunan jumlah konsumen, serta hambatan penjualan dan produksi (Katadata Insight Center, 2020).

Proses pembiayaan merupakan masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan. Namun, perusahaan perlu memahami seberapa akurat dan tepat proses pembiayaan sehingga dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan harga jual pesaing untuk menjangkau konsumen agar produk perusahaan dapat bersaing. Untuk mengendalikan hal tersebut, perusahaan perlu menggunakan sistem pengendalian biaya dengan menghitung *target costing* atau biaya target.

Penentuan biaya menggunakan metode *target costing* berdasarkan harga jual dan keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan. Dalam penerapan metode ini, perusahaan tidak melihat biaya yang sebenarnya untuk menghasilkan suatu produk, karena dalam metode ini biaya ditentukan sebelum proses desain dan produksi berlangsung. Jika menggunakan metode *target costing* untuk mencapai hasil yang lebih baik juga akan meningkatkan efisiensi biaya produksi, yang berakibat pada peningkatan penawaran harga dan optimalisasi keuntungan perusahaan (Indriani, 2017).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, Juwita dan Satria (2017) menunjukkan bahwa biaya produksi yang diperlukan oleh perusahaan menjadi lebih kecil dari sebelumnya. Akan tetapi, laba yang didapatkan menjadi lebih kecil dibandingkan sebelumnya dikarenakan penerapan metode tersebut menggunakan harga kompetitif. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Juliani dkk. (2019) mengungkapkan bahwa perusahaan dapat mengurangi biaya produksi dan dapat meningkatkan laba dibandingkan dengan sebelumnya. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Ramadhani dan Novita (2021) yang membuktikan bahwa implementasi *target costing* berpengaruh positif terhadap unit usaha karena dapat meminimalisir biaya produksi yang diperlukan, dapat meningkatkan laba yang diinginkan, serta dapat membantu dalam meningkatkan keunggulan kompetitif unit usaha tersebut.

UMKM Batik Batara Banyuwangi merupakan usaha yang memproduksi segala macam batik khas Banyuwangi. Usaha ini sudah ada selama kurang lebih empat tahun. Pada tahun 2020, hal-hal buruk bagi usaha, khususnya Batara Batik Banyuwangi. Alasannya karena pandemi yang menyebabkan omzet usaha turun drastis. Penurunan omzet membuat pelaku usaha kesulitan membayar biaya yang dikeluarkan selama produksi. Usaha ini masih menerapkan sistem tradisional untuk mengelola biaya produksi.

Berkaitan dengan kejadian tersebut, penulis berpandangan bahwa metode *target costing* merupakan alternatif yang baik untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di Batara Batik Banyuwangi. Tujuan penerapan metode ini sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai oleh unit usaha yaitu meminimalkan jumlah biaya produksi yang dibutuhkan. Dengan penerapan metode ini, unit usaha akan terbantu dalam mengatasi masalah produksi sehingga biaya produksi yang dikeluarkan menjadi efisien. Selain itu, metode ini juga dapat mengoptimalkan keuntungan yang diinginkan oleh unit usaha.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian analisis dengan cara mengorganisasikan data, menyeleksi data, menggabungkan, mencari, dan memperoleh pola temuan sehingga dapat ditemukan sesuatu yang penting dan dapat dipelajari serta dapat menentukan apa yang dapat dideskripsikan kepada pihak

lain (Miles dan Hubberman, 2014). Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk memahami suatu variabel, baik satu atau lebih variabel (bebas) tanpa membuat perbandingan atau mengaitkannya dengan variabel lain (Sugiyono, 2017).

Peneliti membutuhkan data untuk memberikan jawaban terkait dengan penelitian yang dilakukannya, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berupa wawancara dengan tiga informan yaitu pemilik usaha, dua orang pegawai yang membantu melakukan proses pembuatan batik. Sedangkan data sekunder berupa pencatatan sederhana biaya dan pendapatan yang dilakukan oleh pemilik Batara Batik Banyuwangi. Subjek dalam penelitian ini adalah seorang pemilik usaha dan dua orang karyawan yang membantu melaksanakan proses pembuatan batik di Batara Batik Banyuwangi. Dalam hal ini penelitian menggunakan triangulasi data untuk memperoleh data atau informasi penelitian yang valid yang nantinya akan diolah pada hasil penelitian.

Peneliti menganalisis data dengan cara mencari, menyusun, dan kemudian akan dipelajari secara terstruktur sehingga dapat dipahami oleh orang lain. Data diperoleh melalui pihak-pihak yang terlibat langsung di lingkungan yang akan diteliti. Menurut Miles, Huberman dan Saldana (2014), menganalisis data memerlukan metode atau langkah-langkah agar peneliti dapat menemukan jawaban atau solusi dari suatu masalah dalam penelitian yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan biaya produksi pada Batara Batik Banyuwangi masih menggunakan perhitungan sederhana. Peneliti akan menghitung biaya produksi dari tiga jenis produk yang dihasilkan selama periode November 2021 yaitu batik tulis, batik cap, dan batik bordir. Standar penetapan harga yang digunakan Batara Batik Banyuwangi sama dengan standar para pengusaha batik lainnya. Saat ini pemilik Batara Batik Banyuwangi menjual harga menengah ke bawah dan disesuaikan dengan permintaan pesanan dari konsumen. Selama periode November 2021, Batara Batik Banyuwangi telah menghasilkan produk dengan total produksi sebanyak 302 produk. Berikut rincian data produksi Batara Batik Banyuwangi periode November 2021.

Jenis produk	Kuantitas	Persentase
Batik Cap	208	68,87%
Batik Tulis	78	25,83%
Batik Bordir	16	5,30%
Total	302	100%

Tabel 1. Data Produksi Batara Batik Banyuwangi Periode November 2021.  
Sumber: data diolah, 2022

Tabel 1 menjelaskan bahwa pada periode November 2021 unit usaha menerima pesanan batik cap sebanyak 208 potong kain. Sedangkan batik tulis dengan jumlah produk 78 unit dan batik bordir sebanyak 16 potong kain.

Biaya Produksi	Jumlah
Biaya Bahan Baku	Rp24.935.000,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp8.622.000,00
Biaya <i>Overhead</i>	Rp4.363.500,00
Total	Rp37.920,500,00

Tabel 2. Biaya Produksi  
Sumber: data diolah, 2022

Tabel 2 menjelaskan bahwa pada periode November 2021 Batara Batik Banyuwangi menghabiskan biaya sebesar Rp24.935.000,00 untuk bahan baku. Sedangkan biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp8.622.000,00 dan biaya *overhead* sebesar Rp4.363.500,00. Setelah

menghitung biaya produksi menurut unit usaha, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah menerapkan tahapan metode *target costing*, yaitu sebagai berikut:

### Menentukan Harga Jual yang Kompetitif

Unit usaha dalam menentukan harga perlu memperhatikan beberapa hal, seperti harga pasar yang berlaku pada kompetitor lain yang memiliki produk sejenis. Batara Batik Banyuwangi dan kompetitor lainnya memiliki beragam motif produk yang bisa ditawarkan. Namun penelitian ini hanya fokus pada dua motif yaitu Motif Kopi Pecah dan Motif Gajah Oling. Berikut informasi mengenai perbandingan harga produk Batara Batik Banyuwangi dengan kompetitor lainnya.

Harga Kain Batik		Batik Batara	Batik Sayu Wiwit	Godho Batik
Batik Tulis	Dua Warna Kopi Pecah Pola	Rp173.000,00	Rp172.000,00	Rp170.000,00
	Dua Warna Gajah Oling Pola	Rp221.000,00	Rp219.000,00	Rp218.000,00
Batik Cap	Dua Warna Kopi Pecah Pola	Rp158.000,00	Rp155.000,00	Rp160.000,00
	Dua Warna Gajah Oling Pola	Rp110.000,00	Rp115.000,00	Rp120.000,00
Batik Bordir	Kopi Pecah Pola	Rp310.000,00	Rp315.000,00	Rp312.000,00
	Gajah Oling Pola	Rp267.000,00	Rp268.000,00	Rp270.000,00

Tabel 3. Daftar Harga Pasar  
Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 terlihat bahwa Batara Batik Banyuwangi dengan pesaing lainnya tidak memiliki perbedaan harga yang signifikan. Perbedaan harga berkisar antara 1% hingga 10%. Oleh karena itu, Batara Batik Banyuwangi masih mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

### Menetapkan Laba yang Diharapkan

Penjualan produk di Batara Batik Banyuwangi sudah mulai cukup membaik pada tahun 2021. Oleh karena itu, keuntungan yang diperoleh pada November 2021 adalah laba biasa sebelum pandemi, yaitu sebesar 25%. Namun, pemilik usaha ingin meningkatkan laba sebesar 5% dari sebelumnya, sebab ingin mengembalikan kondisi ekonomi masa lalu akibat pandemi, sehingga laba menjadi 30%.

### Menetapkan Target Biaya

Setelah dapat menentukan harga jual yang kompetitif dan target laba yang diharapkan oleh unit usaha, maka langkah selanjutnya adalah menetapkan target biaya. Penentuan target biaya dapat diketahui dengan menghitung selisih antara harga jual yang telah ditetapkan dengan laba yang diinginkan. Berikut ini adalah rumus untuk menetapkan target biaya.

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

Jika rumus tersebut diterapkan pada Batara Batik Banyuwangi, maka hasilnya dapat dihitung sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Target Costing} &= \text{Harga Jual} - \text{Laba yang Diinginkan} \\ \text{Target Costing} &= \text{Rp}50.790.000,00 - (\text{Rp}30\% \times \text{Rp}50.790.000,00) \\ \text{Target Costing} &= \text{Rp}35.553.000,00 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka target biaya yang harus dikeluarkan oleh Batara Batik Banyuwangi agar sesuai dengan target laba yang diharapkan adalah maksimal sebesar Rp35.553.000,00.

### Melakukan Rekayasa Nilai

Rekayasa nilai merupakan tahapan untuk memodifikasi produk dengan cara menurunkan biaya dari sebelumnya dan dalam rangka memberikan nilai yang optimal kepada konsumen. Pada tahap ini, biaya akan menjadi lebih efisien dan target keuntungan yang diinginkan dapat tercapai. Oleh karena itu penulis memberikan rekomendasi sebagai alternatif untuk meminimalisir biaya produksi yaitu dalam pembelian bahan baku. Pada awalnya pemilik usaha membeli seluruh bahan baku dari *supplier* Surabaya kecuali pembelian bahan baku berupa benang bordir. Pemilik usaha membeli bahan baku benang bordir di Banyuwangi karena harganya tidak jauh berbeda dengan harga di Surabaya. Hal ini adalah cara yang cermat pemilik usaha dalam memilih bahan baku dengan memperhatikan harga pasar. Namun peneliti menemukan beberapa informasi terkait batik mulai dari penetapan harga jual hingga pembelian bahan baku saat observasi para kompetitor.

Batik Sayu Wiwit adalah perusahaan batik yang didirikan oleh Bapak Soedjojo Dulhaji sekitar 44 tahun yang lalu. Selain itu, Godho Batik merupakan perusahaan batik yang telah berdiri selama 12 tahun. Pemilik usaha ini adalah Bapak Firman Sauqi. Kedua kompetitor ini sudah ada sejak lama, sehingga memiliki banyak pengalaman dalam mengolah, menjual, dan selektif dalam menentukan bahan baku. Selain menanyakan harga jual yang ditetapkan, peneliti juga menanyakan tentang pembelian bahan baku kepada kedua pesaing tersebut. Kedua pesaing tersebut ternyata memasok bahan baku di Kota Pekalongan yang merupakan sentra batik, sehingga kota ini dijuluki kota batik. Kota Pekalongan merupakan salah satu penghasil batik terbesar di Indonesia dengan motif yang beragam. Sehingga bahan baku untuk memproduksi batik tersedia di dalam kota tersebut dengan harga yang cukup ekonomis. Oleh karena itu, berdasarkan informasi dari wawancara, peneliti merekomendasikan untuk memasok kain katun dan sutra di Pekalongan dengan harga yang cukup ekonomis. Maka dari itu peneliti mengevaluasi kembali perhitungan harga pokok bahan baku. Berdasarkan wawancara, harga kain katun sebesar Rp14.000,00/yard dan harga kain sutra Rp32.000,00/yard. Berikut rincian perhitungan ulang terkait bahan baku di Batara Batik Banyuwangi.

Bahan baku	Harga Biaya/Unit	Satuan	Total
Kain Katun	Rp14.000,00/ yard	715 yard	Rp10.010.000,00
Malam Untuk Batik	Rp21.500,00/kg	75 kg	Rp1.612.500,00
Pewarna A	Rp115.000,00/kg	40 kg	Rp4.600.000,00
Pewarna B	Rp110.000,00/kg	40 kg	Rp4.400.000,00
Kain Sutra	Rp32.000,00/ yard	40 yard	Rp1.280.000,00
Benang Bordir	Rp10.500,00/gulung	5 gulungan	Rp52.500,00
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>			<b>Rp21.955.000,00</b>

Tabel 4. Total Biaya Bahan Baku Setelah Rekayasa Nilai  
Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, setelah dilakukan *value engineering*, total harga kain katun adalah Rp10.010.000,00. Sedangkan untuk kain sutra Rp1.280.000,00. Sehingga total biaya bahan baku turun sebesar Rp21.955.000,00 dari total biaya bahan baku sebelumnya sebesar

Rp24.935.000,00. Hal ini menunjukkan adanya penurunan biaya pembelian bahan baku menjadi selisih sebesar Rp2.980.000,00 atau sekitar 12%.

Setelah dilakukan perhitungan ulang terkait total biaya bahan baku, selanjutnya peneliti menghitung total biaya produksi. Berikut ini adalah total biaya produksi setelah dilakukan *value engineering*.

<b>Biaya Produksi</b>	<b>Jumlah</b>
Biaya Bahan Baku	Rp21.955.000,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp8.622.000,00
Biaya <i>Overhead</i>	Rp4.363.500,00
<b>Total</b>	<b>Rp34.940.500,00</b>

Tabel 5. Biaya Produksi Setelah Rekayasa Nilai  
Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan perhitungan sebelumnya, perbandingan biaya produksi sebelum dan sesudah metode *target costing* dapat disajikan sebagai berikut.

<b>Biaya Produksi</b>	<b>Sebelum Implementasi <i>Target Costing</i></b>	<b>Setelah Implementasi <i>Target Costing</i></b>
	<b>Total</b>	<b>Total</b>
Biaya Bahan Baku	Rp24.935.000,00	Rp21.955.000,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp8.622.000,00	Rp8.622.000,00
Biaya <i>Overhead</i>	Rp4.363.500,00	Rp4.363.500,00
<b>Total</b>	<b>Rp37.920,500,00</b>	<b>Rp34.940.500,00</b>
<b>Perbedaan</b>	<b>Rp2.980.000,00</b>	

Tabel 6. Perbandingan Biaya Produksi Sebelum dan Setelah Target Costing  
Sumber: data diolah, 2022

Perbandingan dari tabel menunjukkan bahwa total biaya produksi sebelum penerapan *target costing* adalah Rp37.920.500,00, akan tetapi setelah diterapkan *target costing*, total biaya produksi menjadi Rp34.940.500,00. Selisih antara sebelum dan sesudah implementasi adalah Rp2.980.000,00. Hal ini membuktikan bahwa hasil penerapan metode tersebut dapat menghemat biaya produksi usaha sekitar 8% dari biaya produksi awal. Setelah membandingkan biaya produksi, maka laporan laba rugi sebelum dan sesudah metode *target costing* dapat disajikan sebagai berikut.

<b>Batara Batik Banyuwangi Laporan Laba Rugi Periode November 2021</b>		
	<b>Sebelum Implementasi <i>Target Costing</i></b>	<b>Setelah Implementasi <i>Target Costing</i></b>
Penjualan Bersih	Rp50.790.000,00	Rp50.790.000,00
Harga Pokok Penjualan	<u>(Rp37.920,500,00)</u>	<u>(Rp34.940.500,00)</u>
Laba Bersih	Rp12.869.500,00	Rp15.849.500,00
Persentase Laba	25%	31%

Tabel 7. Perbandingan Laporan Laba Rugi Sebelum dan Setelah Target Costing  
Sumber: data diolah, 2022

Setelah melakukan *value engineering* dengan restrukturisasi, biaya produksi usaha menjadi lebih efisien. Oleh karena itu, metode ini dapat digunakan untuk meminimalkan biaya produksi dan juga sebagai cara untuk mencapai laba unit usaha yang diinginkan. Laba yang

diperoleh unit usaha sebelum menggunakan metode *target costing* adalah Rp12.869.500,00 atau 25% dari total penjualan 302 potong kain batik. Namun, setelah menerapkan metode ini, unit usaha dapat menghasilkan keuntungan yang diharapkan sebesar Rp15.849.500,00 atau 31% untuk penjualan 302 potong kain batik. Bahkan hasil dai implementasi tersebut melebihi target laba yang diharapkan oleh unit usaha. Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat diketahui bahwa penerapan metode *target costing* dapat mempermudah suatu perusahaan untuk menekan biaya dan mencapai laba yang ditargetkan oleh perusahaan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Metode *target costing* dapat diterapkan di Batara Batik Banyuwangi sebagai dasar penentuan biaya produksi yang lebih efisien. Berdasarkan perhitungan tersebut, unit usaha dapat mencapai penghematan sebesar 8% dibandingkan sebelum menggunakan penerapan *target costing*. Penerapan metode *target costing* berpengaruh positif terhadap laba dengan mengurangi biaya-biaya yang diperlukan, sehingga unit usaha mencapai target laba yang diinginkan. Batara Batik Banyuwangi menargetkan laba 30% dari penjualan batiknya. Berdasarkan perhitungan sebelum menerapkan metode *target costing*, Batara Batik Banyuwangi hanya meraih keuntungan sekitar 25%. Namun, setelah menggunakan metode *target costing*, unit usaha dapat mencapai laba lebih tinggi dari yang diharapkan yaitu sebesar 31%. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan *target costing* dapat memberikan dampak yang lebih efisien bagi perusahaan dibandingkan dengan menggunakan metode tradisional.

Peneliti berikutnya sebaiknya dapat mempersiapkan penelitian dengan baik seperti jangka waktu penelitian hingga periode data yang diperoleh dari perusahaan agar dapat memberikan hasil penelitian yang lebih maksimal terkait implementasi *target costing* terhadap perusahaan. Selain itu, objek yang akan dijadikan penelitian sebaiknya tidak hanya terfokuskan pada unit usaha yang berada pada bidang kuliner, akan tetapi pada bidang-bidang lain seperti bidang tekstil.

## REFERENSI

- Beutari, D. R., & Laelisneni, L. (2018). *Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Perencanaan Laba Pada Home Industri Tempe Setia Budi Medan*. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 52-60.
- Dinda, B. M. A., Yulinartati, Y., & Maharani, A. (2021). Analisis Penerapan Target Costing dalam Upaya Pengendalian Biaya Produksi pada CV Multi Bangunan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(2), 220-228.
- Fajrin, N. E. (2019). *Penerapan Target Costing dengan Rekayasa Nilai dalam Perhitungan Biaya Produksi pada PT. Yongpin Selaras Manis* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya).
- Indriani, C., Taufiq, A. B., & Rahmi, A. (2021). *Analisis Penerapan Target Costing dalam Perencanaan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba pada UKM Hidup Baru Steel Tahun 2017*. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 6(4).
- Juliani, A. S., & Yohanes Indrayono, S. (2019). *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT Prima Sejati Perkasa Divisi Injection*. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 5(1).
- Juwita, R., & Satria, M. R. (2017). *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Produk*. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 1(2). <http://dx.doi.org/10.33603/jka.v1i2.701>
- Katadata Insight Center. (2020). *Dampak Covid-19 Terhadap UMKM*. <https://katadata.co.id/umkm>. Accessed on November 19, 2021
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Pioh, Felly TC, Hendrik Manossoh, dan Victorina Z. Tirayoh. (2019). *"Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Alat Bantu Untuk Meminimalkan Biaya Produksi Dalam Rangka*

- Mengoptimalkan Perolehan Laba Pada Ud. Acong Bakery."* Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 7.3
- Ramadhani, A., & Novita, N. (2021, August). *Target Costing sebagai Upaya Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM melalui Kemitraan Marketplace*. In Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar) (Vol. 2, pp. 748-765). <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/1758>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Wuysang, C. C., & Pusung, R. J. (2019). *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada UD. JJ Bakery*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 7(3).