Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (3) 2025, Page: 34162-34167

Mengungkap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerapan *Target costing* dalam Akuntansi Manajemen

Dwi Nur Anisa, Kalis Tuenggarwati Udiyani, Anna Marina
dwi.nur.anisa-2023@fe.um-surabaya.ac.id, kalis.tuenggarwati.udiyani-2023@fe.um-surabaya.ac.id, annamarina@um-surabaya.ac.id
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surabaya

Published: December , 2025

ABSTRAK

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut untuk mampu menekan biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas serta nilai produk yang dihasilkan. Salah satu metode yang banyak diterapkan dalam akuntansi manajemen untuk mencapai efisiensi biaya adalah *target costing*. Pendekatan ini menekankan penentuan biaya produksi berdasarkan harga jual yang ditetapkan oleh pasar serta tingkat laba yang diharapkan perusahaan. Dengan demikian, *target costing* tidak hanya berfungsi sebagai alat perhitungan biaya, tetapi juga sebagai strategi manajerial yang membantu pengendalian biaya sejak tahap awal perancangan produk hingga proses produksi agar efisiensi dan efektivitas dapat dicapai secara menyeluruh di seluruh lini operasional perusahaan. Artikel ini bertujuan untuk mengungkap dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerapan *target costing* dalam akuntansi manajemen. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi literatur (*library research*) yang bersumber dari berbagai jurnal ilmiah, buku teks, serta publikasi akademik nasional maupun internasional yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan penerapan *target costing* dipengaruhi oleh faktor internal seperti komitmen manajemen puncak, kemampuan sumber daya manusia, dukungan sistem informasi akuntansi, serta budaya organisasi; dan faktor eksternal seperti kondisi persaingan pasar dan strategi bisnis perusahaan. Pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut penting agar *target costing* dapat diterapkan secara efektif dalam meningkatkan efisiensi biaya, profitabilitas, serta daya saing perusahaan di pasar global.
Kata Kunci : *Target costing*, Akuntansi Manajemen, Efisiensi Biaya

ABSTRACT

In an era of increasingly competitive business environments, every company is required to reduce production costs without sacrificing product quality and value. One of the methods widely applied in management accounting to achieve cost efficiency is target costing. This approach emphasizes determining production costs based on the selling price set by the market and the level of profit expected by the company. Thus, target costing functions not only as a cost calculation tool but also as a managerial strategy that supports cost control from the early stages of product design to the production process, enabling overall efficiency and effectiveness throughout all operational lines of the organization. This article aims to identify and analyze the factors influencing the implementation of target costing in management accounting. The study employs a descriptive qualitative approach using a library research method, drawing from various scholarly journals, textbooks, and relevant national and international academic publications. The literature review shows that the success of target costing implementation is influenced by internal factors such as top management commitment, human resource capability, accounting information system support, and organizational culture, as well as external factors including market competition and business strategy. Understanding these factors is essential to effectively implement target costing for improving cost efficiency, profitability, and the company's competitiveness in the global market.
Keywords: *Target costing, Management Accounting, Cost Efficiency*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang terus berkembang dan semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk mampu menjaga daya saing melalui pengendalian biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas atau nilai produk yang dihasilkan (Jayeola and Onou 2014). Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam akuntansi manajemen untuk mencapai efisiensi tersebut adalah metode *target costing* (Sharafoddin 2016). Metode ini menekankan penentuan biaya produksi berdasarkan harga jual yang telah ditetapkan oleh

pasar serta laba yang diharapkan perusahaan, sehingga biaya yang harus dicapai dapat direncanakan sejak awal (Ahmeti et al. 2013). Dengan demikian, *target costing* tidak hanya berfungsi sebagai alat perhitungan biaya tradisional, tetapi menjadi strategi manajerial proaktif yang diaplikasikan sejak tahap perancangan produk hingga proses produksi untuk mengendalikan biaya (Omar et al. 2015). Namun demikian, penerapan *target costing* dalam praktiknya sering menghadapi berbagai tantangan karena dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal dan eksternal organisasi (Cooper and Slagmulder 1997). Beberapa faktor kunci tersebut mencakup komitmen manajemen puncak sebagai penggerak strategi pengendalian biaya (Omar et al. 2015). Kemampuan dan pemahaman sumber daya manusia dalam mengoperasikan sistem *target costing* (Ahmeti et al. 2013), dukungan sistem informasi akuntansi dan teknologi yang memadai (Sharafoddin 2016), budaya organisasi yang mendukung kerja lintas fungsi dan kolaborasi (Cooper and Slagmulder 1997), serta kondisi persaingan pasar dan strategi bisnis yang diterapkan perusahaan (Daowadueng 2024). Pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor tersebut menjadi sangat penting agar penerapan *target costing* dapat dilakukan secara efektif dan berkelanjutan serta memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kinerja organisasi (Facto 2019). Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengungkap dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerapan *target costing* dalam akuntansi manajemen. Melalui pembahasan yang bersifat konseptual dan empiris ringan, diharapkan artikel ini dapat memberikan wawasan kepada praktisi dan akademisi mengenai pentingnya *target costing* sebagai alat pengendalian biaya dan peningkatan daya saing perusahaan di era bisnis modern.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini, yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi penerapan *target costing* dalam akuntansi manajemen?
2. Bagaimana pengaruh faktor-faktor internal dan eksternal tersebut terhadap efektivitas penerapan *target costing* dalam perusahaan?

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerapan *target costing* dalam akuntansi manajemen.
2. Menjelaskan bagaimana faktor-faktor internal dan eksternal seperti komitmen manajemen puncak, kemampuan sumber daya manusia, dukungan sistem informasi akuntansi, budaya organisasi, serta kondisi pasar berperan terhadap keberhasilan implementasi *target costing*.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep *Target costing*

   Target costing merupakan pendekatan strategis dalam akuntansi manajemen yang berfokus pada pengendalian biaya sejak tahap awal perencanaan produk (Sharafoddin 2016). Metode ini dimulai dengan menentukan harga jual yang dapat diterima pasar, kemudian mengurangkan laba yang diharapkan untuk memperoleh biaya target yang harus dicapai (Ahmeti et al. 2013). Dengan demikian, *target costing* tidak hanya digunakan untuk menghitung biaya produksi, tetapi juga sebagai alat manajerial untuk memastikan bahwa produk dapat diproduksi secara efisien tanpa menurunkan kualitas (Cooper and Slagmulder 1997).

   Dalam penerapannya, *target costing* menuntut kolaborasi lintas fungsi antara bagian desain, produksi, dan pemasaran guna mencapai biaya target yang telah ditetapkan (Omar et al. 2015). Pendekatan ini berbeda dari metode penentuan biaya tradisional karena dimulai dari perspektif pasar, bukan dari biaya yang terjadi. Oleh sebab itu, *target costing* dianggap lebih relevan untuk menghadapi lingkungan bisnis modern yang kompetitif (Omar et al. 2015).
2. Tujuan dan Manfaat *Target costing*

   Tujuan utama *target costing* adalah membantu perusahaan mencapai efisiensi biaya serta meningkatkan profitabilitas jangka Panjang (Ahmeti et al. 2013). Selain itu, *target costing* berperan penting dalam mendukung strategi kompetitif perusahaan melalui kontrol biaya yang terukur sejak awal siklus produk (Sharafoddin 2016). Penerapan *target costing* yang efektif juga

mendorong peningkatan komunikasi antarbagian, transparansi biaya, dan inovasi dalam desain produk (Cooper and Slagmulder 1997).

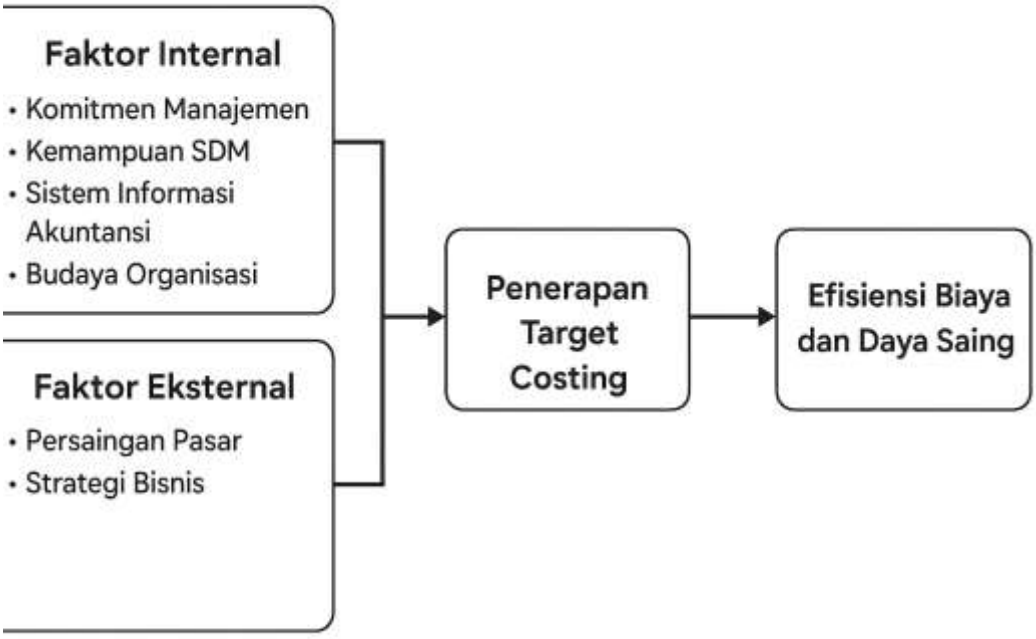
Secara manajerial, *target costing* membantu pihak manajemen dalam menentukan keputusan harga, menilai kinerja, serta mengendalikan biaya agar sesuai dengan sasaran laba yang diharapkan (Omar et al. 2015). Dengan demikian, metode ini tidak hanya menjadi alat akuntansi, tetapi juga instrumen strategis yang menghubungkan fungsi produksi, keuangan, dan pemasaran dalam mencapai keunggulan kompetitif (Daowadueng 2024).

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerapan *Target costing*

   Penerapan *target costing* sangat dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi komitmen manajemen puncak, kemampuan sumber daya manusia, sistem informasi akuntansi, dan budaya organisasi (Facto 2019). sedangkan faktor eksternal mencakup kondisi persaingan pasar dan strategi bisnis perusahaan (Daowadueng 2024).

   Komitmen manajemen puncak menjadi faktor paling krusial karena menentukan sejauh mana kebijakan biaya dapat dijalankan secara konsisten (Cooper and Slagmulder 1997). Di sisi lain, kemampuan SDM dalam memahami konsep *target costing* dan penggunaan teknologi informasi juga berpengaruh besar terhadap keberhasilan implementasi (Sharafoddin 2016). Budaya organisasi yang mendukung kerja sama lintas fungsi membantu mempercepat proses pengendalian biaya dan meningkatkan efisiensi (Ahmeti et al. 2013). Dengan memperhatikan seluruh faktor tersebut, perusahaan dapat mengoptimalkan manfaat *target costing* untuk mencapai kinerja yang lebih baik (Omar et al. 2015).

KERANGKA KONSEPTUAL



Penerapan *target costing* dalam suatu organisasi tidak dapat berjalan efektif tanpa adanya dukungan faktor internal dan eksternal. Secara konseptual, hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor Internal mencakup komitmen manajemen puncak, kemampuan sumber daya manusia (SDM), sistem informasi akuntansi, serta budaya organisasi yang mendukung kerja lintas fungsi. Faktor ini berpengaruh langsung terhadap kesiapan dan konsistensi penerapan *target costing*.
2. Faktor Eksternal meliputi kondisi persaingan pasar dan strategi bisnis perusahaan. Lingkungan bisnis yang kompetitif mendorong perusahaan untuk menerapkan *target costing* sebagai strategi efisiensi biaya dan peningkatan nilai produk.
3. Penerapan *Target costing* merupakan variabel utama yang dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal tersebut, di mana keberhasilannya diukur dari efektivitas pengendalian biaya, efisiensi produksi, serta peningkatan daya saing perusahaan.

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi literatur *(library research)* yang berfokus pada analisis teori dan hasil penelitian terdahulu mengenai penerapan *target costing* dalam akuntansi manajemen (Omar et al. 2015). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengidentifikasi serta memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerapan *target costing* dari berbagai konteks industri dan wilayah tanpa melakukan pengumpulan data primer (Facto 2019). Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari artikel jurnal internasional dan nasional yang relevan, buku teks akuntansi manajemen, serta publikasi ilmiah daring seperti ResearchGate, ScienceDirect, dan Neliti. Pemilihan literatur dilakukan secara purposif berdasarkan kriteria kesesuaian topik dan kontribusi terhadap pemahaman konsep *target costing* (Sharafoddin 2016). Beberapa penelitian terdahulu digunakan untuk memperkuat landasan teoritis, di antaranya karya Cooper (1997) tentang faktor-faktor yang memengaruhi proses *target costing* (Cooper and Slagmulder 1997). dan penelitian Ahmeti (2013) mengenai dampak penerapan metode ini terhadap efisiensi bisnis (Ahmeti et al. 2013).

Proses analisis dilakukan melalui tahapan reduksi, klasifikasi, dan interpretasi data untuk menemukan kesamaan serta perbedaan hasil penelitian sebelumnya. Tahap reduksi dilakukan dengan menyeleksi literatur yang relevan, klasifikasi dilakukan untuk mengelompokkan faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi penerapan *target costing*, sedangkan interpretasi dilakukan untuk menarik kesimpulan konseptual tentang hubungan antar faktor tersebut (Daowadueng 2024). Dengan metode ini, artikel diharapkan mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai penerapan *target costing* dalam akuntansi manajemen serta mengidentifikasi faktor kunci yang berpengaruh terhadap efektivitas penerapannya di berbagai organisasi.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan *target costing* merupakan pendekatan strategis dalam akuntansi manajemen yang berperan penting untuk mencapai efisiensi biaya dan peningkatan daya saing perusahaan. *Target costing* bekerja dengan prinsip *market-driven cost management,* yaitu biaya produksi ditentukan oleh harga pasar yang kompetitif dikurangi dengan laba yang diharapkan perusahaan. Dengan demikian, metode ini membantu perusahaan untuk menyesuaikan biaya produksi agar tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keberhasilan penerapan *target costing* dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal organisasi.

Faktor internal meliputi komitmen manajemen puncak, kemampuan sumber daya manusia, dukungan sistem informasi akuntansi, dan budaya organisasi. Komitmen manajemen puncak menjadi faktor utama yang menentukan arah kebijakan dan keberlanjutan penerapan metode ini (Cooper and Slagmulder 1997). Tanpa dukungan penuh dari pimpinan, implementasi *target costing* seringkali tidak berjalan optimal karena membutuhkan perubahan budaya kerja dan koordinasi lintas departemen.

Kemampuan dan pemahaman sumber daya manusia juga berpengaruh besar terhadap efektivitas penerapan *target costing*. SDM yang memiliki kompetensi akuntansi manajemen dan pemahaman tentang konsep biaya target akan mampu mengintegrasikan analisis biaya ke dalam setiap tahap proses produksi dan desain produk (Ahmeti et al. 2013). Sementara itu, dukungan dari sistem informasi akuntansi yang memadai memungkinkan perusahaan memperoleh data biaya secara akurat dan tepat waktu, yang sangat dibutuhkan dalam proses perencanaan dan pengendalian biaya (Sharafoddin 2016).

Faktor internal lain yang berperan penting adalah budaya organisasi. Budaya kerja yang kolaboratif antara divisi desain, produksi, pemasaran, dan keuangan akan mempercepat proses pengambilan keputusan serta meminimalkan konflik antar departemen (Omar et al. 2015). Organisasi yang memiliki budaya inovatif dan terbuka terhadap perubahan lebih mudah menyesuaikan diri dengan pendekatan biaya yang berbasis pasar seperti *target costing*.

Di sisi lain, faktor eksternal yang turut memengaruhi keberhasilan implementasi *target costing* adalah kondisi persaingan pasar dan strategi bisnis perusahaan. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, perusahaan dituntut untuk terus melakukan inovasi produk dan efisiensi biaya agar dapat mempertahankan harga jual yang kompetitif (Daowadueng 2024). Strategi bisnis yang berorientasi pada pelanggan *(customer-oriented strategy)* juga mendorong perusahaan untuk menggunakan *target costing* sebagai alat dalam merancang produk yang sesuai kebutuhan pasar dengan biaya yang efisien.

Secara keseluruhan, hasil literatur menunjukkan bahwa penerapan *target costing* bukan hanya masalah teknis akuntansi, melainkan juga terkait dengan aspek manajerial dan budaya organisasi. Keterlibatan seluruh bagian dalam rantai nilai *(value chain)* menjadi kunci utama keberhasilan implementasi. Dengan memperhatikan sinergi antara faktor internal dan eksternal, perusahaan dapat mengoptimalkan manfaat *target costing* untuk meningkatkan efisiensi biaya, memperkuat daya saing, dan mendukung keberlanjutan bisnis jangka panjang (Facto 2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *target costing* merupakan pendekatan strategis dalam akuntansi manajemen yang berperan penting dalam pengendalian biaya sejak tahap awal perancangan produk. Metode ini tidak hanya berfungsi sebagai alat perhitungan biaya, tetapi juga sebagai strategi manajerial yang mendorong efisiensi, inovasi, dan kolaborasi lintas fungsi di dalam organisasi.

Keberhasilan penerapan *target costing* sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal yang mencakup komitmen manajemen puncak, kemampuan sumber daya manusia, dukungan sistem informasi akuntansi, serta budaya organisasi, berperan penting dalam memastikan implementasi metode ini berjalan efektif dan berkelanjutan. Sementara itu, faktor eksternal seperti kondisi persaingan pasar dan strategi bisnis menentukan tingkat adaptasi perusahaan terhadap dinamika lingkungan bisnis.

Dengan memperhatikan sinergi antara faktor-faktor tersebut, perusahaan dapat mengoptimalkan penerapan *target costing* untuk menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produk, meningkatkan nilai bagi pelanggan, serta memperkuat daya saing di pasar.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Bagi manajemen perusahaan, perlu adanya pemahaman yang mendalam tentang prinsip *price-led costing*, yaitu konsep bahwa harga pasar menentukan biaya produksi. Hal ini menuntut manajemen untuk menetapkan kebijakan biaya secara realistis sesuai dengan kondisi pasar dan target laba yang diinginkan.
2. Seluruh fungsi dalam rantai nilai perusahaan mulai dari desain, produksi, pemasaran hingga keuangan perlu dilibatkan secara aktif dalam proses penerapan *target costing* agar tercipta koordinasi yang efektif dan efisiensi biaya yang optimal.
3. Perusahaan disarankan mengintegrasikan metode *target costing* dengan pendekatan lain, seperti *value analysis* dan *Activity-Based Costing (ABC)*, untuk meningkatkan akurasi perhitungan biaya serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat.
4. Budaya organisasi perlu dibangun ke arah kolaborasi lintas departemen dan inovasi berkelanjutan, sehingga penerapan *target costing* dapat dilakukan secara konsisten dalam jangka panjang.
5. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian empiris atau studi kasus pada berbagai sektor industri di Indonesia guna menguji hubungan antar faktor yang memengaruhi keberhasilan penerapan *target costing*, serta menilai dampaknya terhadap kinerja keuangan dan daya saing perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmeti, Skender, Arbana Sahiti, Yllka Ahmeti, Economics Faculty, Economics Faculty, and Economics Faculty. 2013. "Economics Application of Target Cost and Its Impact on the Businesses." (August): 275–80.

Cooper, Robin, and Regine Slagmulder. 1997. "Factors Influencing the *Target costing* Process : Lessons From Japanese Practice."

Daowadueng, Piyada. 2024. "Decision Science Letters." 13: 535–44. doi:10.5267/dsl.2024.5.007.

Facto, Success. 2019. "Implementation of *Target costing* in Indonesia : The Influence of Dynamic Capabilities , Dysfunctional IMPLEMENTATION OF *TARGET COSTING* IN INDONESIA : THE INFLUENCE OF DYNAMIC CAPABILITIES , DYSFUNCTIONAL

BEHAVIOUR , AND SUCCESS FACTORS IN MANUFACTURING." (June 2022). doi:10.24191/APMAJ.v14i2-02.

Jayeola, Olabisi, and Dafe Paul Onou. 2014. "Implementing *Target costing* in Small and Medium Scale Enterprises in Ogun Industrial Metropolis." 4(8): 222–33.

Omar, Normah, Suzana Sulaiman, Wee Shu Hui, Ibrahim Kamal, Abdul Rahman, and H Hussein. 2015. "*Target costing* Implementation and Organizational Capabilities : An Empirical *Target costing* Implementation and Organizational Capabilities : An Empirical Evidence of Selected Asian Countries." (January). doi:10.7763/JOEBM.2015.V3.180.

Sharafoddin, Samaneh. 2016. "The Utilization of *Target costing* and Its Implementation Method In." *Procedia Economics and Finance* 36(16): 123–27. doi:10.1016/S2212-5671(16)30023-5.