



**PENDEKATAN *TARGET COSTING* SEBAGAI ALAT UNTUK  
MELAKUKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI  
PADA UMKM *TEN KITCHEN* KOTA BOGOR**

Skripsi

Dibuat oleh:

Annisa Nur Hildayanti

022118026

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR**

**JANUARI 2023**

**PENDEKATAN *TARGET COSTING* SEBAGAI ALAT UNTUK  
MELAKUKAN EFISIENSI PRODUKSI  
PADA UMKM *TEN KITCHEN* KOTA BOGOR**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi Program  
Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan  
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)



Ketua Program Studi Akuntansi  
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA, CMA,  
CCSA, CA, CSEF, QIA)

**PENDEKATAN *TARGET COSTING* SEBAGAI ALAT UNTUK  
MELAKUKAN EFISIENSI PRODUKSI  
PADA UMKM *TEN KITCHEN* KOTA BOGOR**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus  
Pada hari : Senin Tanggal : 26 / Desember/ 2022

Annisa Nur Hildayanti  
022118026

Menyetujui,

Ketua Penguji Sidang

( Dr. Retno Martanti Endah Lestari, SE.,  
M.Si.,CMA.,CPA.)



Ketua Komisi Pembimbing

(Ahmad Burhanudin Taufiq, Ak.,CA.,ME)



Anggota Komisi Pembimbing

(Dessy Herlisnawati, SE.,M.Si.,CAP )



Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Annisa Nur Hildayanti

NPM : 022118026

Judul Skripsi : **PENDEKATAN *TARGET COSTING* SEBAGAI ALAT  
UNTUK MELAKUKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI  
PADA UMKM TEN KITCHEN KOTA BOGOR**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir Skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 06 Januari 2023



Annisa Nur Hildayanti  
022118026

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas  
Pakuan, 2023  
Hak Cipta dilindungi Undang-undang**

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan.*

*Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seijin Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan.*

## ABSTRAK

**ANNISA NUR HILDAYANTI** . 022118026. PENDEKATAN *TARGET COSTING* SEBAGAI ALAT UNTUK MELAKUKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA UMKM TEN KITCHEN KOTA BOGOR. Konsentrasi Akuntansi Manajemen. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. **AHMAD BURHANUDIN** dan **DESSY HERLISNAWATI** Tahun 2023.

Industri kecil dan menengah merupakan suatu komponen sektor pengolahan yang mempunyai sumbangan cukup besar terhadap upaya menciptakan lapangan kerja baru dan membuka kesempatan masyarakat untuk berusaha pemeratakan pendapatan. Banyak tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam menjalankan usahanya, salah satu tantangan yang dihadapi adalah menentukan harga jual produk yang dapat bersaing dengan pemilik usaha-pemilik usaha besar.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perhitungan berdasarkan tradisional costing dengan *target costing* dalam upaya meminimalisir biaya produksi di UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor. Data yang diolah pada penelitian ini yaitu data tahun 2021 dengan sumber data yang digunakan adalah sumber sekunder berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, metode analisis yang digunakan adalah pendekatan *tradisional costing* dengan *target costing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan biaya produksi dan harga jual pada pendekatan tradisional costing dan *target costing* pada produksi Sari Lemon dan Fresh Lime ukuran 350 ml. Upaya meningkatkan efisiensi UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor dapat memangkas bahan baku utama dengan cara beralih pemasok saat ini kepada pemasok yang dapat memberikan bahan baku lebih murah, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat efisiensi yang diperoleh jika mengganti pemasok adalah Rp15.400.000,00/ Tahun untuk Sari Lemon dan penghematan pada produksi Fresh Lime sebesar Rp5.100.000,00/ Tahun.

**Kata Kunci** : *Tradisional Costing, Target costing, Efisiensi Biaya*

## **PRAKATA**

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayahnya serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Tanpa pertolongan Nya mungkin penulis belum sanggup menyelesaikannya dengan baik. Salawat dan salam terlimpah curahkan kepada baginda kita tercinta yaitu Nabi Muhammad Shallallahu'alaihi wasallam.

Proposal penelitian ini ditulis sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Akuntansi di Universitas Pakuan yang berjudul **“PENDEKATAN TARGET COSTING SEBAGAI ALAT UNTUK MELAKUKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA UMKM TEN KITCHEN KOTA BOGOR”**

Dalam Skripsi ini penulis berusaha semaksimal mungkin untuk dapat mencapai hasil yang baik sehingga mudah dipahami dan dapat dimengerti oleh pembaca dengan apa yang disajikan dalam Skripsi ini. Dalam penyelesaian Skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, doa, dukungan, serta semangat dari berbagai pihak, maka oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan bersyukur yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terkait kepada:

1. Terima kasih kepada kedua orang tua saya yang senantiasa selalu memberikan doa, kasih sayang dan dukungannya baik moral maupun material yang tiada henti-hentinya
2. Terima kasih Bapak Dr. Hendro Sasongko, AK.,MM.,CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
3. Bapak Dr.Arief Tri Hardiyanto, Ak.,MBA.,CMA.,CCSA.,CSEP.,QIA.,CFE. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Ibu Dr. Retno Martanti Endah Lestari, S.E., M.Si., CMA, CAPM. Selaku Wadep Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Bapak Ahmad Burhanuddin Taufiq, Ak., ME., CA. Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah memberikan nasihat, petunjuk dan arahan pada penyusunan proposal penelitian ini.
6. Ibu Dessy Herlisnawati, SE.,Msi., CAP. Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah memberikan nasihat, petunjuk dan arahan pada penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen, dan Staff Tata Usaha Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
8. Sahabat-sahabat yang telah membantu dan memberikan support serta semangat dalam pembuatan skripsi saya, Wahyudin, Mita Resliana, Pria

9. Sagita, Alfaini Syamila, Afifah Aulia, Putri Miftahul. yang telah memberikan dukungan dan semangat yang selalu di berikan kepada saya.
10. Kepada teman satu ketua komisi dan anggota komisi yang selalu memberi semangat dan bantuan satu sama lain dalam menjalani bimbingan.
11. Teman-teman kelas G Akuntansi angkatan 2018 yang telah memberikan warna selama perkuliahan, semangat, keceriaan.

Bogor, 16 Oktober 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN DAN PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN...iii</b>	
<b>LEMBAR PELIMPAHAN HAK CIPTA .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR HAK CIPTA.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	6
1.2.1    Identifikasi Masalah .....	6
1.2.2    Perumusan Masalah .....	6
1.3    Maksud dan Tujuan Penelitian .....	6
1.3.1    Maksud Penelitian .....	6
1.3.2    Tujuan Penelitian .....	6
1.4    Kegunaan Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1    Akuntansi Manajemen.....	8
2.1.1    Pengertian Akuntansi Manajemen .....	8
2.1.2    Karakteristik Akuntansi Manajemen.....	9
2.1.3    Manfaat Akuntansi Manajemen .....	9
2.1.4    Tujuan Akuntansi Manajemen .....	10
2.1.5    Sistem Informasi Akuntansi Manajemen .....	10
2.1.6    Ruang Lingkup Akuntansi Manajemen .....	11
2.2    Produksi dan Biaya Produksi .....	12
2.2.1    Pengertian Produksi dan Biaya Produksi .....	12

2.2.2	Fungsi Produksi.....	12
2.2.3	Pengertian Biaya Produksi .....	13
2.2.4	Jenis - Jenis Biaya Produksi.....	14
2.2.5	Unsur-Unsur Biaya produksi .....	16
2.2.6	Indikator Biaya Produksi .....	17
2.2.7	Klasifikasi Biaya.....	17
2.3	<i>Target costing</i> .....	19
2.3.1	<i>Pengertian Target costing</i> .....	19
2.3.2	Model Pendekatan <i>Target costing</i> .....	20
2.3.3	Prinsip-Prinsip Pendekatan <i>Target costing</i> .....	20
2.3.4	Asumsi Dasar <i>Target costing</i> .....	22
2.3.5	Manfaat <i>Target costing</i> .....	23
2.3.5	Konsep dan <i>Prinsip Target costing</i> .....	24
2.3.6	Penentuan Biaya Target untuk Penentuan Harga Target .....	25
2.4	Efisiensi .....	26
2.4.1	Pengertian Efisiensi.....	26
2.5	Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran.....	27
2.5.1	Penelitian Sebelumnya .....	27
2.5.2	Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>35</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	35
3.2	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	35
3.3	Jenis Data dan Sumber Data Penelitian .....	35
3.4	Operasionalisasi Variabel .....	35
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	36
3.6	Metode Pengolahan Data.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>38</b>
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	38
4.1.1	Sejarah Singkat UMKM <i>Ten Kitchen Kota Bogor</i> .....	38
4.1.2	Struktur Organisasi UMKM <i>Ten Kitchen Kota Bogor</i> .....	38
4.1.3	Proses Pembuatan Sari Lemon dan Fresh Lime Produksi UMKM <i>Ten Kitchen Kota Bogor</i> .....	39

4.2	Analisis Data .....	41
4.2.1	Perhitungan Biaya Produksi Tradisional Costing .....	44
4.2.2	Perhitungan Biaya Produksi dengan Pendekatan Metode <i>Target costing</i> .	50
4.2.3	Perbandingan Perhitungan Biaya Produksi Perusahaan dengan Perhitungan Biaya Produksi Menurut <i>Target costing</i> .....	55
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>60</b>
5.1	Simpulan.....	60
5.2	Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>62</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pendapatan <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor Tahun 2020 dan 2021 .....	2
Tabel 1. 3 Perbandingan Harga Pesaing dan <i>Ten Kitchen</i> .....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya .....	27
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	35
Tabel 4. 1 Volume Penjualan UMKM <i>Ten Kitchen</i> Tahun 2021 .....	41
Tabel 4. 2 pendapatan UMKM <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor .....	43
Tabel 4. 3 Biaya Bahan Baku Sari Lemon .....	45
Tabel 4. 4 Biaya Bahan Baku <i>Fresh Lime</i> .....	45
Tabel 4. 5 Upah Pegawai <i>Ten Kitchen</i> .....	45
Tabel 4. 6 Biaya Peralatan <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor .....	46
Tabel 4. 7 Biaya Overhead Pabrik <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor Tahun 2021 .....	47
Tabel 4. 8 Biaya Non Produksi Tahun 2021 .....	47
Tabel 4. 9 Perhitungan Biaya Produksi Sari Lemon Tradisional Costing .....	48
Tabel 4. 10 Perhitungan Total Biaya Menurut Pemilik usaha .....	48
Tabel 4. 11 Perhitungan Biaya Produksi <i>Fresh Lime</i> Menurut Tradisional Costing ..	49
Tabel 4. 12 Perhitungan Total Biaya Menurut Pemilik usaha .....	49
Tabel 4. 13 Perbandingan Harga Sari Lemon Pesaing dengan <i>Ten Kitchen</i> .....	51
Tabel 4. 14 Perbandingan Harga Pesaing dengan <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor.....	52
Tabel 4. 15 Perbandingan Biaya Bahan Baku Sari Lemon dan <i>Fresh Lime</i> .....	54
Tabel 4. 16 Perbandingan Perhitungan Sari Lemon dengan .....	55
Tabel 4. 17 Perhitungan Penghematan Biaya Produksi .....	56
Tabel 4. 18 Perbandingan Perhitungan <i>Tradisional Costing</i> dan <i>Target costing</i> .....	57
Tabel 4. 19 Perhitungan Penghematan Biaya Produksi .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Pendekatan <i>Target costing</i> .....	20
Gambar 2. 2 Proses <i>Penetapan Target costing</i> .....	20
Gambar 2. 3 Proses Penetapan <i>Target costing</i> Hingga Penetapan Harga.....	21
Gambar 2. 4 Prinsip- Prinsip <i>Target costing</i> .....	21
Gambar 2. 5 Konstelasi Penelitian .....	34
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor .....	38
Gambar 4. 2 Jumlah Penjualan Sari Lemon dan Fresh Lime.....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian .....	65
Lampiran 2 Lembar Persetujuan Sidang .....	66
Lampiran 3 Foto Produk .....	67
Lampiran 4 Dokumentasi Proses Produksi di <i>Ten Kitchen</i> .....	68

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri kecil dan menengah merupakan suatu komponen sektor pengolahan yang mempunyai sumbangan cukup besar terhadap upaya menciptakan lapangan kerja baru dan membuka kesempatan masyarakat untuk berusaha memeratakan pendapatan. Banyak tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam menjalankan usahanya, salah satu tantangan yang dihadapi adalah menentukan harga jual produk yang dapat bersaing dengan pemilik usaha-pemilik usaha besar. Industri kecil dan menengah perlu memperhatikan mengenai penentuan harga jual selain karena adanya persaingan yang semakin kompetitif juga guna menghasilkan margin keuntungan yang memadai tanpa mengorbankan kualitas dan nilai yang akan diserahkan kepada pelanggan. Industri kecil dan menengah tidak selalu memiliki kemampuan untuk menentukan harga jual produk seperti yang dikehendaki. Seringkali terdapat sejumlah pesaing yang menjual produk yang sama dengan harga tertentu, sehingga dalam menentukan harga jual produk industri harus menyesuaikan dengan harga pesaing. Harga jual juga seringkali ditentukan oleh pasar, maka harga pasar digunakan untuk menentukan target biaya.

Harga jual yang terlalu tinggi akan membuat masyarakat tidak membeli atau mengurangi jumlah pembelian produk, sehingga pemilik usaha tidak akan memperoleh laba yang cukup dan sebaliknya, harga jual yang terlalu rendah akan membuat pemilik usaha tidak mampu mencapai laba usaha yang diinginkan (Rudianto, 2016:127). Ada tiga faktor yang mempengaruhi laba pemilik usaha yaitu biaya, harga jual dan volume penjualan atau produksi.

Efisiensi biaya produksi merupakan salah satu variabel yang penting. Biaya yang dikeluarkan oleh pemilik usaha dalam melaksanakan proses produksi perlu dikendalikan sebaik-baiknya, karena walaupun proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan baik, namun apabila tidak didukung dengan usaha untuk dapat menekan biaya produksi serendah-rendahnya akan berakibat naiknya biaya produksi.

*Target costing* merupakan satu metode perhitungan yang efektif untuk mengurangi biaya. Dengan menggunakan *target costing*, pemilik usaha menentukan biaya produk berdasarkan harga yang mampu dibeli konsumen. *Target costing* adalah suatu metode penentuan biaya produksi berdasarkan harga pasar kompetitif. Metode *target costing* pengerjaannya terbalik dan sangat berbeda dengan metode lainnya, karena yang pertama harus dilakukan adalah menentukan harga sesuai harga pasar atau pesaing.

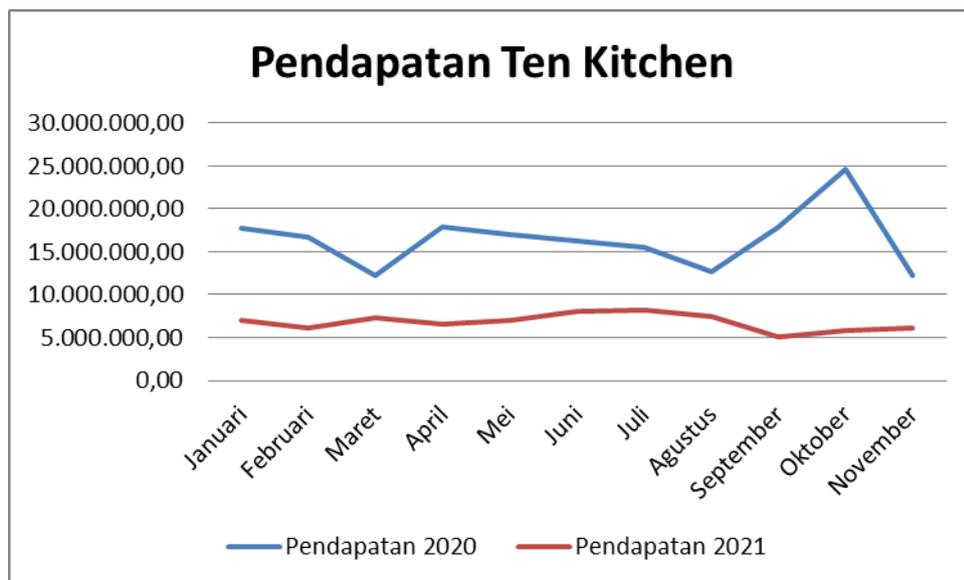
*Ten Kitchen* Kota Bogor merupakan salah satu UMKM yang ada di Kota Bogor yang bergerak dalam industri minuman sari buah, minuman yang berfungsi untuk meningkatkan kekebalan tubuh. Usaha *Ten Kitchen* Kota Bogor sudah berlangsung lima tahun yang lalu, Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan dengan pengelola usaha, bahwa *Ten Kitchen* Kota Bogor belum menerapkan metode *target costing* sehingga belum dapat melakukan efisiensi biaya produksi dalam rangka meningkatkan laba UMKM. Berikut adalah pendapatan *Ten Kitchen* Kota Bogor tahun 2020 dan 2021 disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 1 Pendapatan *Ten Kitchen* Kota Bogor Tahun 2020 dan 2021

No	Bulan	Jumlah Pendapatan	
		(Rupiah)	
		Tahun 2020	Tahun 2021
1	Januari	17.784.000,00	7.070.000,00
2	Februari	16.640.000,00	6.160.000,00
3	Maret	12.168.000,00	7.350.000,00
4	April	17.940.000,00	6.545.000,00
5	Mei	17.004.000,00	6.965.000,00
6	Juni	16.224.000,00	8.050.000,00
7	Juli	15.548.000,00	8.225.000,00
8	Agustus	12.740.000,00	7.385.000,00
9	September	17.940.000,00	5.075.000,00
10	Oktober	24.544.000,00	5.775.000,00
11	November	12.168.000,00	6.160.000,00
12	Desember	13.884.000,00	6.615.000,00
	Total	194.584.000,00	81.375.000,00

Sumber: *Ten Kitchen*, 2022

Gambar 1. 1 Grafik Pendapatan Ten Kitchen Tahun 2020 dan 2021



Sumber: Ten Kitchen ,2022

Berdasarkan data di atas menunjukkan pendapatan *Ten Kitchen* Kota Bogor tahun 2020 dan 2021, terlihat dari penjualan bulan ke bulan mengalami pendapatan yang fluktuatif dan di tahun 2020 pendapatan tertinggi yaitu pada bulan Oktober mencapai Rp.24.544.000,00 dan pendapatan terendah yaitu sebesar Rp.12.168.000 di tahun 2020. Tahun 2021 pendapatan tidak mengalami peningkatan bahkan mengalami penurunan. Hal ini tentu harus segera dievaluasi oleh *Ten Kitchen* Kota Bogor untuk meningkatkan pendapatan dari penjualan produknya.

Konsep *target costing* sangat sesuai sejalan dengan meningkatnya persaingan serta tingkat penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan pada *Ten Kitchen* Kota Bogor, maka kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. Untuk itulah diperlukan *target costing* untuk dapat mencapai tujuan *Ten Kitchen* Kota Bogor dalam rangka pengurangan biaya (*cost reduction*). Dan berikut adalah perbandingan harga antara pesaing dan UMKM *Ten Kitchen* disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Pesaing dan Ten Kitchen

No	Merek Pesaing	Harga Pesaing (Rp/Botol)	Harga Ten Kitchen (Rp/Botol)	Merek Pesaing	Harga Pesaing (Rp/Botol)	Harga Ten Kitchen (Rp/Botol)
1	Rifussess Sari Lemon	70.000,00	52.000,00	Lumbung Bhumi	26.400,00	35.000,00
2	Ciayow Lemon Jus	64.500,00	52.000,00	Phanda Jeruk Nipis	21.000,00	35.000,00
3	Lemonia	40.000,00	52.000,00	Sari Jeruk Nipis	35.000,00	35.000,00
4	Sari Lemon Murni	35.000,00	52.000,00	Leaf Lime	32.000,00	35.000,00
5	Pure Lemon	64.000,00	52.000,00	C-Nipis	35.000,00	35.000,00
6	Lemon Legen	30.000,00	52.000,00	Alea	40.000,00	35.000,00
7	Lemon ABC	60.000,00	52.000,00	Sari Jeruk Nipis	55.000,00	35.000,00
8	Lemon Fresh	65.000,00	52.000,00	Jeruk Nipis Peras	55.000,00	35.000,00
9	Lemor Sari	60.000,00	52.000,00	Original Lime Fresh	40.000,00	35.000,00
10	Lemon Manja	75.000,00	52.000,00	Fresh Lime Super	43.000,00	35.000,00

Sumber: Ten Kitchen, 2021

Berdasarkan data di atas dapat dilihat ada 7 merek Sari Lemon yang memiliki harga lebih tinggi dari UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor dan ada 3 merek yang memiliki harga lebih rendah dari *Ten Kitchen* Kota Bogor. Berdasarkan data di atas dapat dilihat ada 1 merek Sari jeruk nipis yang memiliki harga lebih rendah dari UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor dan ada 7 merek yang memiliki harga lebih tinggi dari *Ten Kitchen* Kota Bogor dan ada dua merek yang memiliki harga yang sama dengan *Ten Kitchen* Kota Bogor.

Saat ini *Ten Kitchen* menjual produk Sari Lemon dengan Fresh Lime dengan harga bahan Baku untuk produk lemon Rp.20.000/ kilogram dan untuk harga jeruk nipis adalah Rp. 13.000/ Kilogram. Harga bahan baku utama tersebut belum efisien atau terbilang mahal, karena masih ada petani atau penjual yang menjual harga lemon dan jeruk nipis lebih murah yaitu untuk harga Lemon Rp. 16.000/ kilogram dan untuk jeruk nipis Rp.10.000/kg. Petani tersebut berada di wilayah Ciapus dan Cibodas. *Ten Kitchen* bisa melakukan penekanan harga pada bahan baku utama agar lebih efisien dengan membeli jeruk lemon dan jeruk nipis pada petani yang menjual harga lebih murah.

Beberapa penelitian tentang penerapan *target costing*, diantaranya Malue (2013) dengan judul Analisis Penerapan *Target costing* Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada PT. Celebes Mina Pratama. Tujuannya untuk membandingkan sistem pengendalian biaya selama ini digunakan oleh pemilik usaha dengan metode *target costing*. Metode yang digunakan yaitu analisis kuantitatif komparatif. Hasil penelitiannya yaitu penerapan *target costing* pada PT. Mina Pratama lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan pemilik usaha selama ini. Lain halnya pada penelitian yang dilakukan oleh Tertius Clara Caroline & Heince R.N. Wokas (2016) dengan judul Analisis Penerapan *Target costing* dan *Activity Based Costing* Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pengendalian Biaya Produksi Pada UD. Bogor Bakery. Tujuannya untuk membandingkan keefektifan penerapan metode *Target costing* dan *Activity-Based Costing*. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif komparatif. Hasil penelitiannya yaitu *Activity-Based Costing* lebih tepat diterapkan dari pada UD. Bogor Bakery dibanding menggunakan *Target costing*.

Tujuan yang ingin dicapai oleh *Ten Kitchen* Kota Bogor dengan menerapkan *target costing* adalah untuk menentukan harga pokok produk sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan. Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENDEKATAN TARGET COSTING SEBAGAI ALAT UNTUK MELAKUKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA UMKM TEN KITCHEN KOTA BOGOR”**

## 1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian ini, berikut merupakan identifikasi masalah yang ditemukan, sebagai berikut:

1. *Ten Kitchen* Kota Bogor belum melakukan efisiensi biaya dengan metode *target costing* untuk mendapatkan laba yang diinginkan.
2. Harga jual yang ditetapkan oleh UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor belum sesuai dengan harga pasar pada umumnya.

### 1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, berikut adalah rumusan masalah yang harus teliti dalam penelitian ini

1. Bagaimana perhitungan biaya produksi dengan menggunakan *tradisional costing* yang telah diterapkan di UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor?
2. Bagaimana perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *target costing* di UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor?
3. Bagaimana perbandingan perhitungan biaya produksi dengan menggunakan *tradisional costing* dan *target costing* yang diterapkan di UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor dalam upaya peningkatan efisiensi biaya produksi .

## 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk membantu UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor dalam meminimalisir biaya produksi dalam upaya meningkatkan efisiensi biaya dan meningkatkan laba serta menentukan harga jual yang kompetitif yang diharapkan dapat memberikan keuntungan lebih kepada *Ten Kitchen* Kota Bogor.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan perhitungan biaya produksi dengan menggunakan *tradisional costing* yang telah diterapkan di UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *target costing* di UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan perbandingan perhitungan biaya produksi dengan menggunakan *tradisional costing* dan *target costing* yang diterapkan di UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor dalam upaya peningkatan efisiensi biaya produksi .

## 1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi dalam memecahkan masalah dan mengantisipasi masalah yang terjadi di UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor.

2. Kegunaan akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan dalam pengaplikasian teori yang telah diperoleh dalam dunia nyata mengenai akuntansi manajemen khususnya mengenai metode pendekatan *target costing* dalam meminimalisir biaya produksi.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Akuntansi Manajemen

##### 2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen

Krismanji dan Aryani (2016), *grand Theory* (Teori Besar) dalam penelitian ini Akuntansi Manajemen. Akuntansi manajemen adalah suatu kegiatan/proses yang menghasilkan informasi keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen. Akuntansi manajemen dapat dipandang sebagai suatu sistem informasi yang menghasilkan keluaran () dengan menggunakan masukan (*input*) dan memprosesnya untuk mencapai tujuan manajemen.

Menurut Mulyadi (2016), akuntansi manajemen adalah proses identifikasi, pengukuran, akumulasi, analisis, penyusunan, interpretasi, dan komunikasi informasi yang digunakan oleh manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi dan pengendalian dalam suatu entitas dan untuk memastikan sesuai dan akuntabilitas penggunaan sumber daya tersebut.

Menurut Charles T. Homgren (2018) menyatakan bahwa Akuntansi manajemen (Management Accounting) ialah suatu proses identifikasi, pengukuran, akumulasi, analisa, penyiapan, penafsiran, dan komunikasi tentang informasi yang membantu masing-masing eksekutif untuk memenuhi suatu tujuan organisasi.

Halim dan Supomo (2016) menyatakan bahwa manajemen ialah suatu kegiatan yang menghasilkan suatu informasi keuangan untuk manajemen sebagai dasar untuk pengambilan keputusan dalam menjalankan fungsi manajemen. Sedangkan menurut mulyadi (2016), Menurut Mulyadi menyatakan bahwa Akuntansi manajemen ialah suatu informasi keuangan dihasilkan oleh tipe akuntansi manajemen, yang dimanfaatkan oleh pemakai intern entitas .

Berdasarkan pengertian di atas maka disimpulkan bahwa akuntansi manajemen merupakan suatu kegiatan/proses yang menghasilkan informasi keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen digunakan oleh manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi dan pengendalian dalam suatu entitas dan untuk memastikan sesuai dan akuntabilitas penggunaan sumber daya.

### **2.1.2 Karakteristik Akuntansi Manajemen**

Menurut Dwi Martani (2012 :4) akuntansi memiliki karakteristik yang terdiri dari 4 hal penting adalah sebagai berikut :

- 1) Input (masukan) akuntansi Adalah transaksi yaitu peristiwa bisnis bersifat keuangan. Suatu transaksi dapat dicatat dan dibukukan ketika ada bukti yang menyertainya. Tanpa ada bukti yang otentik, maka suatu transaksi tidak dapat dicatat dan dibukukan oleh akuntansi.
- 2) Proses Merupakan serangkaian kegiatan untuk merangkum transaksi menjadi laporan. Kegiatan itu terdiri dari proses identifikasi apakah kejadian merupakan transaksi, pencatatan transaksi, penggolongan transaksi, dan pengikhtisaran transaksi menjadi laporan keuangan. Kejadian dalam suatu entitas harus diidentifikasi apakah merupakan transaksi atau bukan, jika kejadian tersebut transaksi, maka perlu diidentifikasi pengaruh transaksi tersebut terhadap posisi keuangan. Setelah diidentifikasi, transaksi tersebut dicatat dalam jurnal. Jurnal adalah suatu pernyataan yang menunjukkan akun apa yang didebit dan dikredit serta jumlahnya. Dalam era teknologi komputer dan informasi, proses penjurnalan tidak dilakukan secara manual namun diintegrasikan dalam proses bisnis sehingga dapat dilakukan dengan komputer. Transaksi setelah dijurnal kemudian digolongkan sesuai dengan jenis akun, dalam akuntansi proses ini disebut sebagai posting. Dengan proses ini saldo akun akan mencerminkan kondisi keuangan terkini.
- 3) Output  
Adalah informasi keuangan dalam bentuk laporan keuangan. Laporan keuangan yang dihasilkan dari proses akuntansi menurut Standar Akuntansi Keuangan adalah Laporan Posisi Keuangan (neraca), Laporan Laba Rugi Komprehensif, Laporan Perubahan Ekuitas, Laporan Arus Kas, dan catatan atas laporan keuangan. Kelima laporan tersebut pada saat disusun, disajikan dan pengungkapannya harus sesuai dengan standar akuntansi yang digunakan.
- 4) Penggunaan Akuntansi Keuangan  
Adalah pihak yang memakai laporan keuangan untuk pengambilan keputusan. Pengguna informasi akuntansi terdiri dari dua yaitu pihak internal dan pihak eksternal. Pengguna informasi dari pihak internal berasal dari dalam entitas (biasanya manajemen dan karyawan), sedangkan pengguna eksternal adalah pelanggan, kreditur, pemasok (supplier), public interest group, dan badan pemerintah.

### **2.1.3 Manfaat Akuntansi Manajemen**

Akuntansi manajemen bertujuan menghasilkan informasi keuangan untuk pihak manajemen. Jenis informasi yang diperlukan berbeda dengan informasi yang diperlukan pihak luar. Umumnya informasi yang dihasilkan bersifat mendalam dan tidak dipublikasikan kepada pihak luar. Tujuan akuntansi manajemen secara umum adalah:

- 1) Menyediakan informasi yang diperlukan dalam penentuan harga pokok jasa, produk, dan tujuan lain yang diinginkan oleh manajemen.
- 2) Menyediakan informasi yang digunakan dalam perencanaan, pengendalian, pengevaluasian, dan perbaikan berkelanjutan.
- 3) Menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan. Informasi akuntansi manajemen membantu mengidentifikasi suatu masalah, menyelesaikannya, serta mengevaluasi kinerja. Jadi, informasi akuntansi manajemen dibutuhkan dan dipergunakan dalam semua tahapan manajemen, termasuk perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan.

#### **2.1.4 Tujuan Akuntansi Manajemen**

Tujuan akuntansi manajerial menurut Warren et al (2017:3) adalah menyediakan informasi yang relevan dan tepat waktu untuk memenuhi kebutuhan manajer dan karyawan dalam hal mengambil keputusan.

#### **2.1.5 Sistem Informasi Akuntansi Manajemen**

Sistem informasi akuntansi merupakan sebuah sistem yang menghubungkan informasi dari berbagai divisi dalam organisasi. Sistem informasi akuntansi bertugas mengumpulkan informasi yang terkait dengan perolehan dan penggunaan sumber daya organisasi, melakukan pencatatan, mengelompokkan, menganalisis, dan melaporkannya kepada semua pihak yang berkepentingan (Budiyanti dan Irma,2016:4).

Sistem informasi manajemen merupakan suatu sistem akuntansi yang dirancang perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak-pihak pengelola perusahaan, agar mereka dapat menjalankan kegiatan mereka dengan baik, sistem ini tidak perlu mengikuti aturan main tertentu selama informasi tersebut berguna bagi manajer (IAI, 2015).

Sistem informasi akuntansi manajemen adalah proses yang dideskripsikan oleh aktivitas-aktivitas seperti pengumpulan, pengukuran, penyimpanan, analisis, pelaporan dan pengelolaan informasi. Informasi mengenai peristiwa ekonomi di proses untuk menghasilkan keluaran (output) yang memenuhi tujuan-tujuan manajemen (Hansen dan Mowen, 2016:4).

Masukan adalah data yang direkam berupa transaksi ekonomi yang dilakukan di oleh perusahaan, seperti jenis bahan baku, harga bahan baku, upah karyawan, jam kerja, jam lembur, jam kerja mesin dan lain-lain. Proses adalah mengubah data menjadi informasi, contoh proses seperti mengidentifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiapkan, menganalisis, menginterpretasikan dan mengkomunikasikan kejadian ekonomi dengan menggunakan komputer atau lainnya. Keluaran adalah informasi, berupa laporan biaya produk, laporan biaya aktivitas, laporan biaya departemen, laporan pembelian bahan baku, laporan jam kerja karyawan, dan lain sebagainya yang digunakan sebagai alat pengambilan keputusan.

Sistem akuntansi keuangan dan sistem akuntansi manajemen tidak dapat dihasilkan dari satu sistem saja karena keduanya sangat berbeda. Tiga alasan kedua sistem ini tidak dapat disatukan (IAI, 2015:3):

1. Sistem akuntansi keuangan dirancang untuk menghasilkan laporan keuangan perusahaan secara keseluruhan.
2. Waktu pelaporan sistem akuntansi keuangan terlalu lama
3. Sistem akuntansi keuangan melaporkan sesuatu yang sudah terjadi
4. Penyusunan laporan keuangan menggunakan asumsi yang berbeda. Sistem akuntansi ma

Sistem akuntansi manajemen mempunyai tiga tujuan antara lain (Hansen dan Mowen, 2009:4):

1. Menyediakan informasi untuk perhitungan biaya jasa, produk atau objek lainnya yang ditentukan oleh manajemen.
2. Menyediakan informasi untuk perencanaan, pengendalian, pengevaluasian dan perbaikan berkelanjutan.
3. Menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan. Informasi akuntansi manajemen berfungsi menyediakan data dan informasi bagi para manajer dalam mengelola divisi yang menjadi tanggung jawabnya. Informasi akuntansi manajemen juga berfungsi membantu pelaksanaan tugas-tugas manajerial seperti: perencanaan, pengukuran dan pengendalian kinerja, dan pengambilan keputusan (Budiyanti dan Irma, 2016:7).

### **2.1.6 Ruang Lingkup Akuntansi Manajemen**

Akuntansi Manajemen berhubungan dengan penyediaan informasi Keuangan kepada manajemen (pihak intern) organisasi yang bertanggung jawab memimpin serta mengendalikan operasional organisasi). Karena akuntansi manajemen tersebut berorientasi kepada manajer, maka dalam mengkaji akuntansi manajemen, terlebih dahulu harus memahami proses manajemen dan organisasi tempat manajer bekerja. Pihak pihak intern yang ada pada sebuah organisasi antara lain:

1. Manajer keuangan  
Membutuhkan informasi terkait dengan aktivitas keuangan perusahaan seperti pendanaan modal kerja, beban biaya *cost of fund* terhadap sejumlah modal kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan, tingkat pengembalian investasi, tingkat pengembalian modal, rasio keuangan dan lainnya.
2. Manajer Produksi  
Membutuhkan data informasi mengenai rincian biaya *Cost of good sold* atau harga pokok produksi seperti total biaya produksi, biaya per unit produk, beban tenaga kerja langsung, serta biaya overhead lainnya yang secara langsung berperan dalam proses produksi.
3. Manajer Pemasaran

Membutuhkan data informasi seluruh komponen biaya terkait dalam penetapan harga jual produk, penentuan sistem penjualan secara kredit atau tunai, beban komisi penjualan, marketing fee, serta informasi nilai discount untuk produk tertentu dalam rangka peningkatan volume penjualan.

#### 4. Pihak Top Manajemen

Membutuhkan informasi ini terkait pengambilan kebijakan strategis perusahaan misalnya dalam penyusunan anggaran, ekspansi usaha, diversifikasi produk, maupun kebijakan investasi lainnya.

## 2.2 Produksi dan Biaya Produksi

### 2.2.1 Pengertian Produksi dan Biaya Produksi

Mawardi (015) kata “produksi” telah menjadi kata Indonesia, setelah diserap di dalam pemikiran ekonomi bersamaan dengan kata “distribusi”. Dalam kamus Inggris-Indonesia kata “*production*” secara linguistik mengandung arti penghasilan.

Menurut Amalia (2010), produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghasilkan suatu produk, baik barang atau jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Pada saat kebutuhan manusia masih sedikit dan masih sederhana, kegiatan produksi dan konsumsi sering kali dilakukan sendiri, yaitu seseorang memproduksi untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Namun, seiring dengan semakin beragamnya kebutuhan dan keterbatasannya sumber daya, maka seseorang tidak dapat lagi memproduksi apa yang menjadi kebutuhannya tersebut. Menurut Sugiarto (2015), produksi merupakan kegiatan yang merubah input menjadi output. Kegiatan ekonomi ini biasanya dinyatakan dalam fungsi produksi.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa produksi merupakan kegiatan mengubah suatu produk baik barang atau jasa yang menghasilkan output produk dengan fungsi dan manfaat.

### 2.2.2 Fungsi Produksi

Menurut (Mankiw, 2012) fungsi produksi merupakan hubungan antara jumlah input yang digunakan untuk membuat satu barang dan jumlah *output* barang tersebut. Kenaikan dalam output produksi yang muncul dari unit tambahan input merupakan produk marginal dan penurunan produk marginal adalah properti dimana produk marginal input menurun ditandai dengan jumlah input meningkat.

Kegiatan produksi melibatkan dua variabel yang mempunyai hubungan fungsional atau saling mempengaruhi, yaitu beberapa output yang harus diproduksi dan beberapa input yang akan dipergunakan. Dengan demikian yang disebut fungsi produksi adalah hubungan fungsional atau sebab akibat antara input dan output. Dalam hal ini, input sebagai sebab dan output sebagai akibat. Atau input sebagai variabel bebas dan.

### 2.2.3 Pengertian Biaya Produksi

Menurut Mulyadi dalam Efendy (2016) Pengertian biaya produksi merupakan terjadi biaya-biaya untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut Michael dalam Efendy (2016) ada beberapa factor unsur biaya produksi yaitu sebagai berikut :

1. Biaya Bahan Baku Langsung Secara teoritis, biaya bahan baku langsung harus merinci seluruh biaya bahan baku yang digunakan untuk membuat sebuah produk atau kinerja sebuah jasa.
2. Biaya Upah pegawai Biaya upah pegawai terdiri dari upah atau gaji yang dibayar untuk pegawai upah pegawai. Biaya upah pegawai harus memasukkan dasar kompensasi, saham pemberi kerja atas jaminan sosial dan pajak-pajak , dan program bonus atas efisiensi produksi kesehatan.
3. Biaya Overhead Pabrik Overhead merupakan berbagai faktor atau biaya produksi yang tidak memproduksi langsung untuk sebuah produk atau memfasilitasi sebuah jasa. Maka biaya overhead tidak memasukkan bahan baku langsung dan upah pegawai.

Menurut Carter dalam Efendy (2016) Biaya variabel didefinisikan sebagai total biaya yang meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas. Menurut Mulyadi dalam Efendy (2016) “Efisiensi merupakan rasio antara keluaran dengan masukan suatu proses, dengan fokus perhatian pada konsumsi masukan. Efisiensi operasi merupakan suatu hal yang harus dilakukan oleh perusahaan, dimana perusahaan mempunyai keinginan untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Laba yang maksimal dapat dicapai dengan cara penggunaan sumber daya yang efisien”. Menurut Carter dalam Efendy (2009:269) “Margin kontribusi (*contribution margin*), atau laba marginal (*marginal income*), adalah selisih antara pendapatan penjualan dengan seluruh biaya variabel. Margin kontribusi dihitung dengan cara memangkas biaya variabel, baik untuk biaya produksi maupun nonproduksi, dari penjualan.

Rivai (2019:49), Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Wibowo & Muslim (2016:15), Biaya Produksi adalah biaya yang terkait dengan fungsi produksi, yaitu biaya yang timbul dalam pengolahan bahan menjadi produk jadi sampai akhirnya produk tersebut siap untuk dijual.

Mulyadi (2016), Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead*.

Hartono (2017), Biaya produksi adalah biaya – biaya yang dianggap melekat pada produk, meliputi biaya, baik langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.

Menurut Riwayandi (2014:10) biaya produksi (manufacturing cost) adalah biaya yang berhubungan fungsi produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya produksi merupakan terjadi biaya-biaya untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas.

#### **2.2.4 Jenis - Jenis Biaya Produksi**

Jenis-jenis biaya produksi menurut Sugianto (2016) dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu biaya produksi jangka pendek dan biaya produksi jangka panjang.

1. Biaya produksi jangka pendek: diturunkan dari fungsi produksi jangka pendek. Dengan demikian biaya produksi jangka pendek juga dicirikan oleh adanya biaya tetap.
2. Biaya produksi jangka panjang: biaya yang dapat disesuaikan untuk tingkat-tingkat produksi tertentu. Sebagai contoh jika capital atau mesin-mesin tidak dapat diubah sesuai dengan perubahan produksi maka dikatakan biaya jangka pendek dan sebaliknya jika mesin dapat disesuaikan untuk tingkat-tingkat produksi tertentu maka dikatakan biaya jangka panjang.

Menurut Garrison, Noreen, Brewer. (2016) biaya produksi adalah biaya produksi itu sendiri mencakup semua biaya yang terkait dengan pemerolehan atau pembuatan suatu produk. Hansen dan Mowen (2016) juga menyatakan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa. Perusahaan manufaktur membagi biaya produksi ke dalam tiga kategori besar yakni:

- a) Bahan langsung (direct material) Garrison et al. (2016) menyatakan bahwa bahan langsung adalah bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk jadi. Sesungguhnya bahan baku berkaitan dengan semua jenis bahan yang digunakan dalam pembuatan produk jadi, dan produk jadi suatu perusahaan dapat menjadi bahan baku perusahaan yang lainnya.

Hansen dan Mowen (2016) juga menyatakan bahwa biaya bahan langsung ini dapat langsung dibebankan ke produk karena pengamatan fisik dapat digunakan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk. Pengertian lain yang dinyatakan oleh Blocher et al. (2018) tentang biaya bahan baku langsung adalah bahan baku yang digunakan untuk memproduksi produk, yaitu yang secara fisik menjadi bagian dari produk tersebut.

Biaya bahan langsung menurut Sidharta dan Yessica (2018) meliputi semua bahan yang dapat ditelusuri ke barang atau jasa yang sedang diproduksi. Biaya ini dapat dibebankan langsung ke produk karena kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk dapat diukur dengan pengamatan langsung.

b) Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung menurut Hansen dan Mowen (2016) adalah tenaga kerja yang dapat ditelusuri pada barang atau jasa yang sedang diproduksi. Sedangkan menurut Garisson et al. (2016) Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour*) adalah biaya yang digunakan untuk biaya tenaga kerja dan dapat ditelusuri dengan mudah ke produk jadi. Tenaga kerja langsung biasanya disebut juga tenaga kerja manual (*touch labour*) karena tenaga kerja langsung melakukan kerja tangan atas produk pada saat produksi.

c) *Biaya overhead pabrik (manufacturing overhead)*

*Biaya overhead* pabrik menurut Sidharta dan Yessica (2018) merupakan biaya bahan baku tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan semua biaya pabrikasi lainnya yang tidak dapat dibebankan langsung ke produk. Pengertian biaya overhead pabrik menurut Garrison et al. (2016) adalah termasuk seluruh biaya yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik termasuk bahan tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, pemeliharaan dan perbaikan peralatan produksi, listrik dan penerangan, pajak properti, depresiasi, dan asuransi fasilitas-fasilitas produksi. Blocher, Edward J., Kung H. Chen, Gary Cokins, dan Thomas W. Lin (2018) biaya overhead pabrik adalah biaya tidak langsung untuk bahan baku, tenaga kerja, dan fasilitas yang digunakan untuk mendukung proses produksi Menurut Setyaningrum dan Muhammad Fauzan (2018) biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Dimana menurut pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead. Menurut Mulyadi (2007) Terdapat dua macam metode pencatatan biaya bahan baku yang dipakai dalam produksi, yaitu:

- i) Metode mutasi persediaan (*perpetual inventory method*) adalah metode dimana setiap mutasi bahan baku dicatat dalam kartu persediaan.
- ii) Metode persediaan fisik (*physical inventory method*) adalah metode dimana hanya tambahan persediaan bahan baku dari pembelian saja yang dicatat, sedangkan mutasi berkurangnya bahan baku karena pemakaian tidak dicatat dalam kartu persediaan.

### 2.2.4.1 Metode Penentuan Biaya Produksi

Terdapat dua untuk menentukan biaya produksi yaitu metode *full costing* dan metode *variable costing*.

1. Metode *Full Costing* Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara menghitung unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, baik *full costing* maupun *variable costing*.

Pengertian *Full Costing* menurut Mulyadi (2012:17) adalah sebagai berikut: “*Full Costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, baik variabel maupun tetap, ditambah dengan biaya non produksi (Biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum)”.

Berikut adalah Biaya Produksi *Metode Full Costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya overhead pabrik variable	XXX
Biaya overhead pabrik tetap	<u>XXX +</u>
Cost Produksi	XXX

2. *Metode Variable Costing* Perusahaan dalam menentukan biaya produksinya dengan pendekatan *variable costing* dilakukan apabila perusahaan memiliki bahan yang menganggur. Penggunaan *variable costing* ini jangan terlalu sering karena dapat merugikan pemerintah dan investor, karena dengan menggunakan metode ini laba perusahaan yang dihitung lebih kecil dibandingkan dengan metode *full costing*.

Menurut Mulyadi (2012:18) metode *variabel costing* bahwa sebagai berikut: “*Variable Costing* merupakan metode penentuan biaya produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel.”

Berikut adalah Biaya Produksi *Metode Variable Costing* adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya overhead pabrik variabel	<u>XXX +</u>
Kos produksi	XXX

### 2.2.5 Unsur-Unsur Biaya produksi

Menurut Sunarto (2012:4) bahwa unsur-unsur biaya produksi adalah :

- 1) Biaya bahan baku:

Biaya ini timbul karena pemakaian bahan. Biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan yang dipakai dalam produksi untuk membuat barang. Biaya bahan baku merupakan bagian dari harga pokok barang jadi yang akan dibuat.

2) Biaya tenaga kerja

Biaya ini timbul karena pemakaian tenaga kerja yang dipergunakan untuk mengolah bahan menjadi barang jadi. Biaya tenaga kerja langsung merupakan gaji dan upah yang diberikan tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pengolahan barang.

3) Biaya overhead pabrik

Biaya ini timbul terutama karena pemakaaian fasilitas untuk mengolah barang berupa mesin, alat-alat, tempat kerja, dan kemudahan lain. Dalam kenyataannya dan sesuai dengan label biaya tersebut, kemudian biaya overhead pabrik adalah semua biaya selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung.

### 2.2.6 Indikator Biaya Produksi

Untuk menaksir biaya produksi yang akan dikeluarkan dalam memproduksi produk dalam jangka waktu tertentu perlu dihitung unsur-unsur biaya tertentu. Adapun rumus menghitung biaya produksi menurut harmanto (2017:30) :

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik}$$

Adapun penjelasan dari rumus biaya produksi menurut Ely Suhayati dan Sri Dewi Anggadini (2014:167) yaitu sebagai berikut :

1. Biaya Bahan Langsung(*Raw/Direct Material*)

Biaya Bahan baku adalah Biaya yang digunakan dan menjadi bagian dari produksi jadi.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor*)

Biaya tenaga kerja Langsung adalah Tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses mengubah bahan menjadi produk jadi.

3. Biaya Overhead Pabrik (*Factory Overhead*)

Biaya Overhead Pabrik adalah biaya -biaya pabrik selain bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

### 2.2.7 Klasifikasi Biaya

Biaya merupakan faktor yang berkaitan dengan aktivitas bisnis perusahaan, selain itu biaya juga berkaitan dengan berbagai tipe bisnis, non bisnis, manufaktur, dan bidang usaha lainnya. Secara umum, jenis biaya yang terjadi tergantung pada tipe organisasinya.

Menurut Mulyadi (2016) Akuntansi biaya bertujuan untuk menyajikan informasi yang akan digunakan untuk berbagai tujuan antara lain penentuan harga pokok produk, pengendalian biaya dan pengambilan keputusan. Untuk itu diperlukan pengklasifikasian biaya yang harus disesuaikan dengan tujuan dari informasi biaya

yang akan disajikan. Oleh karena itu dalam pengklasifikasian biaya tergantung untuk apa biaya tersebut diklasifikasikan, karena untuk tujuan berbeda diperlukan cara pengklasifikasian biaya yang berbeda, sebab tidak ada satu cara pengklasifikasian biaya yang dapat dipakai untuk semua tujuan menyajikan informasi barang.

1) Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran

Dalam cara ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan Bakar.

2) Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok Dalam Perusahaan Dalam perusahaan manufaktur ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok

- a) Biaya Produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, biaya produksi dapat dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.
- b) Biaya Pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
- c) Biaya Administrasi dan Umum merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.

3) Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan

- a) Biaya Langsung (*direct cost*), yaitu biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai.
- b) Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*), yaitu biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik.

4) Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya Dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan. Menurut cara penggolongan ini, biaya dapat digolongkan menjadi empat, diantaranya:

- a) Biaya variabel, adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
- b) Biaya semi variabel, adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Dalam biaya semi variable mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.
- c) Biaya semi tetap, adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

- d) Biaya tetap, adalah biaya yang tetap jumlah totalnya dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contohnya: biaya gaji direktur produksi
- 5) Penggolongan biaya menurut jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua, yaitu:
  - a) Pengeluaran modal (*capital expenditure*), adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Contohnya: pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva, biaya depresiasi, biaya amortisasi.
  - b) Pengeluaran pendapatan, adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contohnya: biaya iklan, biaya tenaga kerja.

### **2.3 Target costing**

#### **2.3.1 Pengertian Target costing**

Menurut Simamora (2012:340), menyatakan *target costing* atau biaya pokok sasaran adalah sebuah strategi dimana perusahaan pertama-tama menetapkan harga jual dimana mereka dapat menjual sebuah produk atau jasa baru, dan kemudian merancang sebuah produk atau jasa yang dapat diproduksi pada suatu biaya yang cukup rendah guna memberikan margin laba yang memadai.

Menurut Salman (2016: 227), *target costing* adalah sistem perencanaan laba dan manajemen biaya. Sedangkan menurut Supriyono (2016: 152) *target costing* adalah sistem untuk mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap pengembangan dan perencanaan produk model baru tertentu, perubahan model secara penuh atau perubahan model minor.

Menurut Rudianto (2016), *target biaya (target costing)* adalah metode penentuan biaya produksi dimana pemilik usaha terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar kompetitif, dengan demikian pemilik usaha memperoleh laba yang diharapkan.

Pada metode *target costing* pemilik usaha akan menetapkan biaya produk yang dianggap sesuai dengan keadaan pasar, menentukan laba yang diinginkan dan kemudian menentukan harga jual produk tersebut kepada masyarakat. Manfaat utama *target costing* adalah penetapan harga pokok produk sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai.

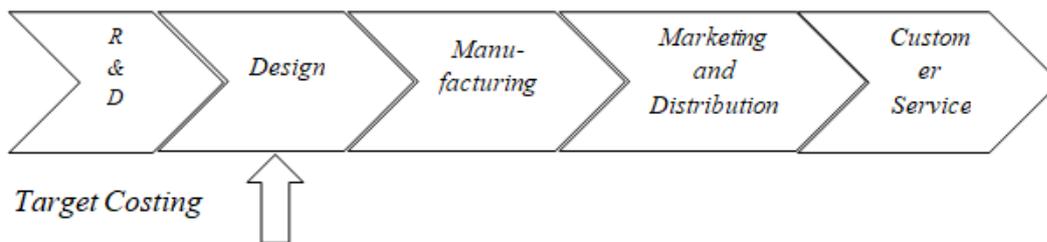
Menurut Rudianto (2013) *target costing* adalah metode penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar yang kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan. Menurut Himawan dan Pendajaya (2013) *target 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.



Gambar 2. 1 Pendekatan *Target costing*

### 2.3.2 Model Pendekatan *Target costing*

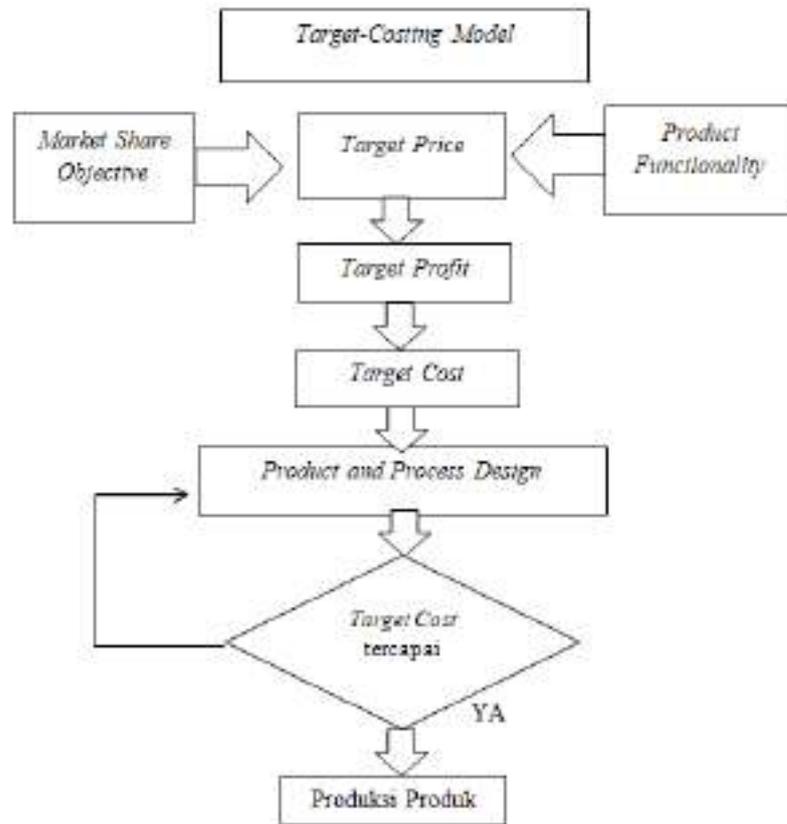
Harga pokok produk tidak terlepas dari kegiatan sepanjang rantai nilai, yang diperjelas:



Gambar 2. 2 Proses *Penetapan Target costing*

### 2.3.3 Prinsip-Prinsip Pendekatan *Target costing*

*Target costing* adalah suatu proses yang sistematis yang menggabungkan manajemen biaya dan perencanaan laba. Perhitungan biaya target (*target costing*) menjadi suatu pendekatan khusus yang berguna untuk pembuatan tujuan penurunan biaya. Proses ini menganut prinsip-prinsip yang ada pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. 3 Proses Penetapan *Target costing* Hingga Penetapan Harga

Sumber: Hansen dan Mowen , 2016



Gambar 2. 4 Prinsip- Prinsip *Target costing*

Sumber: Hansen dan Mowen , 2016

Proses pendekatan *target costing* menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

1) Harga menentukan biaya (*Price Led Costing*)

Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif membuat penetapan harga jual produk bukan hal mudah. Harga jual kerap ditentukan oleh pasar, sehingga harga

pasar (*market share*) digunakan untuk menentukan target biaya dengan formula berikut:

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga Pasar} - \text{Laba Kotor yang diinginkan}$$

- 2) Fokus Pada Pelanggan  
Kehendak atau kebutuhan pelanggan akan kualitas, biaya dan fungsi (*functionality*) secara simultan terdapat dalam produk dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan berkenaan dengan desain dan perhitungan harga pokok produk.
- 3) Fokus Pada Desain Produk  
Pengendalian biaya ditekankan pada tahapan desain produk dan tahapan desain proses produksi, maka setiap perubahan atau rekayasa harus dilakukan sebelum proses produksi, dengan tujuan menekan biaya dan mengurangi waktu terutama bagi produk baru.
- 4) *Cross Functional Team*  
Tim/kelompok ini bertanggungjawab atas keseluruhan produk, dimulai dari ide/konsep produk hingga tahapan produksi penuh
- 5) Melibatkan Rantai Nilai  
Seluruh anggota yang terlibat dalam rantai nilai, dimulai dari pemasok barang/jasa, distributor, hingga pelanggan dilibatkan dalam proses *Target costing*.
- 6) Orientasi Daur Hidup Produk  
Meminimalkan biaya selama daur hidup produk, diantara harga, bahan baku, biaya operasi, pemeliharaan, dan biaya distribusi.

#### 2.3.4 Asumsi Dasar *Target costing*

Menurut Witjaksono (2013: 183), *Target costing* sangat mungkin sesuai bagi pemilik usaha yang *price taker* dalam suatu pasar yang heterogen, dimana kompetisi menentukan harga jual produk barang/jasa, yang ditandai dengan karakteristik antara lain:

- 1) Umumnya tidak layak atau tidak ada kehendak untuk menawarkan produk dengan harga yang tak terjangkau oleh para kompetitor. Bila pemilik usaha menawarkan produk yang tak tersaingi maka persaingan oligopolistik akan muncul.
- 2) Keunggulan spesifik suatu pemilik usaha akan menentukan arah dalam melakukan diferensiasi produk baru dari yang telah ada di pasaran, misalnya:
  - 1) *Cost Advantage* produk yang sama/serupa namun dengan harga yang lebih murah.
  - 2) Penambahan fungsi, misalnya dengan tambahan fitur baru dengan harga yang kompetitif.

Menurut Cooper (2016), terdapat tiga faktor yang penting dalam mempengaruhi struktur dari sistem *target costing*, yaitu:

- a) Jenis produk yang akan diproduksi, Tipe dari produk yang akan diproduksi memiliki peranan penting karena dengan mengetahui jenis dari produk yang akan diproduksi, maka akan dapat mengestimasi biaya, kompleksitas, dan waktu yang akan digunakan. Jika biaya, kompleksitas dan waktu yang timbul untuk memproduksi lebih besar maka *target costing* semakin kompleks. Semakin lama pengembangan siklus hidup suatu produk, semakin ketat pengendalian yang dibutuhkan dan begitu pula sebaliknya.
- b) Jenis Konsumen yang akan dituju  
Tipe konsumen yang dilayani juga memiliki peranan yang penting dalam perancangan *target costing*. Hal ini disebabkan oleh keputusan konsumen dalam menentukan karakteristik yang penting dari suatu produk. Karakteristik tersebut adalah kualitas, *fungsi*, dan harga pada suatu produk, konsumen akan mempengaruhi tingkat keterlibatan dalam pemasaran dan analisis konsumen pada *target costing*.
- c) Tingkat Pengaruh Antar Bagian *Supplier*  
Tingkat pengaruh antar bagian dari supplier berhubungan dengan kemampuan pemilik usaha dalam bernegosiasi dengan pemasok untuk mendapatkan harga input yang lebih rendah dari pasar. Tawar-menawar ini berpengaruh terhadap biaya material yang merupakan biaya utama dari proses produksi yang juga berpengaruh terhadap *target costing* yang diterapkan oleh pemilik usaha. Jika harga input lebih rendah, maka pemilik usaha akan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.

### 2.3.5 Manfaat *Target costing*

Menurut Maciariello dan Kirby (2016) ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari *target costing*, antara lain:

- a. Menyediakan informasi yang lengkap mengenai biaya produksi produk baru, sehingga memudahkan badan usaha untuk melakukan pemilihan dalam penggunaan material, desain produk dan proses manufaktur.
- b. Mengurangi pengembangan siklus hidup yaitu biaya dapat ditentukan pada saat bersamaan dengan perancangan produk.
- c. Menyediakan pemahaman yang lebih mendalam mengenai biaya produksi, cara untuk mengeliminasi, mengurangi aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah, meningkatkan kualitas, menyederhanakan proses dan menentukan *cost driver*.
- d. Meningkatkan profitabilitas produk baru melalui pengurangan biaya serta mempertahankan atau meningkatkan kualitas fungsinya.

Menurut lucky (2011), ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari *target costing*, antara lain:

1. Menyediakan informasi yang lengkap mengenai biaya produksi produk baru, sehingga memudahkan badan usaha untuk melakukan pemilihan dalam penggunaan material. Desain produk dan proses manufaktur.
2. Mengurangi pengembangan siklus hidup yaitu biaya dapat ditentukan pada saat bersamaan dengan perancangan produk.
3. Menyediakan pemahaman yang lebih mendalam mengenai biaya produksi, cara untuk mengeliminasi, mengurangi aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah, meningkatkan kualitas, menyederhanakan proses dan menentukan cost driver.
4. Meningkatkan profitabilitas produk baru melalui pengurangan biaya serta mempertahankan atau meningkatkan kualitas fungsinya.

### **2.3.5 Konsep dan Prinsip Target costing**

Proses *target costing* tidak hanya sekedar menentukan target biaya, tetapi termasuk cara mencapai biaya dan mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Proses *target costing* juga merupakan proses manajemen bisnis multifungsi yang dapat diterapkan melalui siklus hidup produk. Penerapan *target costing* juga memerlukan pemahaman dan implementasi praktik-praktik terbaik dalam proses tersebut, yang dapat diperoleh dengan cara tolok ukur. Dalam proses tersebut juga diperlukan adanya pengembangan kerjasama yang baik dari berbagai perencanaan, dan koordinasi yang baik dalam internal perusahaan.

Menurut Rudianto (2013:146), *target costing* ini memiliki tiga prinsip utama yang harus dilakukan sebagai berikut:

1. Harga jual mendahului biaya Sistem *target costing* menetapkan target biaya dengan mengurangi margin laba yang diharapkan dan harga pasar yang kompetitif. Harga pasar dikendalikan oleh situasi pasar dan target laba.
2. Fokus pada pelanggan Sistem *target costing* digerakkan oleh pasar. Persyaratan pelanggan atas kualitas, biaya, dan waktu secara simultan diintegrasikan ke dalam produk dan keputusan proses, serta arah analisis biaya. Target biaya tidak boleh dicapai dengan mengorbankan tampilan yang diinginkan pelanggan, menurunkan kinerja atau keandalan suatu produk, atau menunda peluncuran produk di pasar.
3. Fokus pada desain Sistem *target costing* mempertimbangkan desain produk dari proses sebagai kunci terhadap manajemen biaya. Perusahaan menghabiskan lebih banyak waktu pada tahap desain dan mengurangi waktu sampai ke pasar dengan menghilangkan perubahan yang mahal dan menghabiskan banyak waktu yang diperlukan di hari yang lain.

Menurut Kusuma dan Ayu Noorida Soerono (2018), prinsip yang harus tetap diperhatikan dalam mengimplementasikan metode *target costing* sebagai pondasi utama atau sebagai karakteristik dari metode tersebut, antara lain:

1. *Price Led Costing* Dalam prinsip ini sistem *target costing* menetapkan target biaya dengan mengurangi required profit margin dari harga pasar yang diharapkan. Harga pasar dikendalikan oleh situasi pasar dan target laba

ditentukan persyaratan keuangan dari suatu perusahaan dan industrinya. *Price Led Costing* mempunyai dua sub-prinsip yang penting yaitu:

- a) Harga pasar mendefinisikan rencana produk dan laba. Rencana tersebut harus sering dianalisis agar portofolio produk perusahaan memberikan sumberdaya hanya kepada produk yang menghasilkan margin laba yang konsisten dan dapat diandalkan.
- b) Proses *target costing* digerakkan oleh competitive intelligence dan analisis yang aktif. Pemahaman tentang latar belakang harga pasar digunakan untuk melindungi ancaman dan tantangan yang kompetitif.

Menurut Supriyatna (2010), metode *target costing* biaya produksi yang seharusnya dipenuhi bisa dilihat dengan menggunakan formula berikut ini:

$$\text{Formula: } TC_i = P_i - M_i$$

Keterangan:

$TC_i$  = Target Cost (target biaya) per unit produk  $i$

$P_i$  = harga jual per unit produk  $i$

$M_i$  = laba per unit produk  $i$

## 2. *Focus on Customers*

*Sistem target costing* digerakkan oleh pasar (*market driven*). Persyaratan pelanggan atas kualitas, biaya dan waktu secara simultan diintegrasikan ke dalam produk, keputusan proses, dana mengarahkan analisis biaya. Target biaya tidak boleh dicapai dengan mengorbankan features yang diinginkan pelanggan, menurunkan kinerja atau keandalan suatu produk atau dengan menunda pengenalan produk di pasar.

## 3. *Focus on Design*

Sistem *target costing* mempertimbangkan desain produk dan proses sebagai kunci terhadap manajemen biaya. Perusahaan menghabiskan lebih banyak waktu pada tahap desain dan mengurangi waktu sampai ke pasar (*time to market*) dengan menghilangkan perubahan-perubahan yang mahal dan menghabiskan banyak waktu yang diperlukan di kemudian hari.

### 2.3.6 Penentuan Biaya Target untuk Penentuan Harga Target

Harga target yang dihitung dengan menggunakan informasi dari pelanggan dan pesaing menjadi dasar untuk menghitung biaya target. Biaya target per unit adalah harga target dikurangi penghasilan operasi target per unit. Penghasilan operasi target per unit adalah penghasilan operasi yang merupakan sasaran yang ingin diperoleh perusahaan per unit produk atau jasa yang dijual.

Biaya target per unit adalah perkiraan biaya jangka panjang per unit atas sebuah produk atau jasa yang membuat perusahaan mampu mencapai penghasilan operasi target per unit saat menjual pada harga target, sebuah penentuan harga berbasis pasar adalah penentuan harga target. Menurut Hongren, Datar dan Foster (2018) harga target adalah perkiraan harga untuk sebuah produk atau jasa yang bersedia dibayar calon pelanggan. Perkiraan ini didasarkan pada pemahaman tentang nilai yang dipersepsi pelanggan atas sebuah produk dan berapa pesaing akan

memberi harga produk yang bersaing itu. Organisasi penjualan dan pemasaran sebuah perusahaan melalui kontak dan interaksi yang dekat dengan para pelanggan, biasanya merupakan posisi terbaik untuk mengenali kebutuhan pelanggan dan nilai pandangan mereka terhadap sebuah produk. Perusahaan juga melakukan penelitian pasar tentang fitur produk yang diinginkan pelanggan dan harga yang bersedia mereka bayar untuk fitur tersebut. Memahami apa yang dinilai pelanggan merupakan sebuah aspek kunci yang berfokus pada pelanggan.

## **2.4 Efisiensi**

### **2.4.1 Pengertian Efisiensi**

Setiap perusahaan pada umumnya ingin melakukan efisiensi dalam kegiatan operasionalnya. Berbagai macam pola yang dilakukan agar pengeluaran terhadap operasional menjadi hemat. Peningkatan efisiensi dalam proses produksi akan menurunkan biaya per unit, sehingga produk yang dijual menghasilkan harga yang kompetitif di pasar.

Menurut Sumarsan (2016: 83), “Efisiensi merupakan perbandingan antara keluaran dengan masukan atau jumlah keluaran yang dihasilkan satu unit input yang dipergunakan”. Menurut Supriyono (2016), efisiensi adalah rasio keluaran terhadap masukan atau jumlah keluaran per unit masukan. Efisiensi dalam ilmu ekonomi digunakan untuk merujuk pada sejumlah konsep yang terkait pada kegunaan pemaksimalan serta pemanfaatan seluruh sumber daya dalam proses produksi barang dan jasa. Dengan kata lain efisiensi merupakan perbandingan antara keluaran dan masukan atau yang dihasilkan dari suatu *input* yang digunakan dengan jumlah keluaran yang digunakan.

Menurut Mulyadi (2016), mengemukakan bahwa “Efisiensi adalah ketepatan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga dan biaya. Efisiensi juga berarti rasio antara output dan input atau biaya dan keuntungan. Efisiensi dipakai dalam membuat sebuah perencanaan, dimana sebelum dilakukan pekerjaan terlebih dahulu direncanakan lebih awal sehingga pemborosan dapat ditekan

Efisiensi biaya produksi merupakan penekanan biaya dalam menghasilkan produk atau biaya produksi yang dapat dipertimbangkan penggunaannya kepada yang paling menguntungkan. Efisiensi biaya produksi ini mempunyai kaitan dengan harga jual produk. Dengan ditekannya biaya produksi ini akan menguntungkan bagi pemilik usaha sebab dapat menetapkan harga jual yang rendah, sehingga dapat bersaing dengan pemilik usaha lain dan dapat menguasai pasar yang ada. Dengan demikian efisiensi mencegah terjadinya biaya.

Menurut Mardiasmo dalam buku Abdul. H dan Muhammad, S.K (2012, 133), menyatakan bahwa “Efisiensi diukur dengan rasio antara output dengan input. Semakin besar output dibanding input maka semakin tinggi efisiensi suatu organisasi”. Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa efisiensi

merupakan perbandingan output dan input dengan menggunakan sumber-sumber yang ada secara baik dalam pencapaian sasaran tersebut. Untuk mengetahui efisien atau tidaknya biaya produksi dilakukan dengan cara menghitung selisih antara anggaran dengan realisasinya. Perusahaan harus tepat dalam menetapkan harga yang harus dikeluarkan untuk biaya produksi supaya efisien biaya produksi dapat secara konsisten diterapkan perusahaan

## 2.5 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

### 2.5.1 Penelitian Sebelumnya

Berikut adalah beberapa penelitian yang digunakan untuk memperkuat penelitian ini, baik memperkuat sebagai variabel. Indikator maupun metode analisis.

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Henri Paulus Gerungan (2017)  Pendekatan <i>Target costing</i> Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada Pt. Tropica Cocoprima	<i>Target costing</i>	Analisis Deskriptif	Hasil penelitian perbandingan total biaya yang dikeluarkan oleh pemilik usaha, menurut pemilik usaha dengan menurut <i>target costing</i> , diketahui lebih efisien menggunakan <i>target costing</i> , dimana dengan menggunakan <i>target costing</i> pemilik usaha dapat memperoleh penghematan biaya tahun 2011 sebesar 18,21 %, dan tahun 2012 sebesar 2,70 %.
2.	Clarisa Chrysty Wuysang (2019)  Pendekatan <i>Target costing</i> Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Ud. Jj Bakery	<i>Target costing</i>	Analisis Deskriptif	Hasil penelitian yaitu perhitungan <i>target costing</i> pada UD. JJ Bakery bahwa ada efisiensi ketika pemilik usaha sebelum menggunakan metode <i>target costing</i> laba kotor sebesar Rp 230.128.704 dengan menggunakan metode <i>target costing</i> laba kotor menjadi meningkat sebesar Rp 234.601.536. Jadi, selisih peningkatan laba kotor adalah sebesar Rp 4.472.832. Saran sebaiknya pemilik usaha harus menerapkan metode <i>target costing</i> karena dengan menggunakan metode <i>target costing</i> laba kotor yang diharapkan lebih efisien.
3.	Adinda Shinta Juliani (2019)	<i>Target costing</i>	Analisis	Hasil penelitian pendekatan metode <i>target costing</i> dalam upaya

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Pendekatan <i>Target costing</i> Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Pada Pt Prima Sejati Perkasa Divisi Injection		Deskriptif	meningkatkan efisiensi biaya produksi pada PT Prima Sejati Perkasa tahun 2013-2015. Biaya sebelum dan setelah efisiensi biaya pada tahun 2013 yaitu untuk produk lantai futsal biaya sebelum efisiensi biayanya Rp2.151.245.400, efisiensi biayanya Rp261.965.400, biaya setelah efisiensi biayanya Rp1.889.280.000. Dan untuk produk trey korek biaya sebelum efisiensi biayanya Rp472.224.600, efisiensi biayanya Rp57.504.600, biaya setelah efisiensi biayanya Rp414.720.000.
4	Haidar Azmi (2021) Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Metode <i>Target costing</i> Dalam Upaya Optimalisasi Laba (Studi Kasus Pada Ud Industri Cahaya Baru)	Efisiensi Biaya  <i>Target costing</i>	Analisis Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam mengefisiensi biaya produksi salah satunya menggunakan <i>target costing</i> sehingga laba tercapai sebesar 40% lebih besar jika hanya menggunakan metode sederhana yang digunakan pemilik usaha, yang dimana hanya mencapai 30 % hingga 35%. Teknik value engineering yang digunakan untuk merubah biaya produksi dan biaya non produksi dapat mencapai laba yang diharapkan
5	Titin (2016) Analisa Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Dengan Menggunakan Metode <i>Target costing</i> (Study Kasus Pada Pengrajin Batik Sendang Paciran Lamongan	Efisiensi Biaya  <i>Target costing</i>	Analisis Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan <i>target costing</i> pada pengrajin sendang paciran Lamongan lebih efisien dibandingkan dengan metode standard costing, dengan pendekatan <i>target costing</i> ini maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya sebesar Rp 70.415.474 untuk batik jenis sutra, Rp 141.107.678 untuk batik jenis maseris dan Rp 438.325 untuk batik jenis gobila/botolan. Sedangkan peningkatan laba kotor pada pemilik usaha menurut

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				standard costing yang dihasilkan sebesar Rp 214.378.704 untuk batik jenis sutra, Rp 267.672.696 untuk batik jenis maseris dan Rp 13.199.796 untuk batik jenis gobila sedangkan laba kotor menurut <i>target costing</i> sebesar Rp 274.694.178 untuk sarung jenis sutra, Rp 388.680.374 untuk batik jenis maseris dan Rp 13.638.121 untuk batik jenis gobila.
6	<p>Raudatul Firdaus (2018)</p> <p>Analisis Pendekatan <i>Target costing</i> Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Pada Pt. Tasindo Central Perkasa (Tas Koper)</p>	<p>Efisiensi Biaya</p> <p><i>Target costing</i></p>	<p>Analisis Deskriptif</p>	<p>Dari hasil penelitian dan analisis diketahui bahwa pemilik usaha PT. Tasindo Central Perkasa dengan menggunakan metode <i>target costing</i> dalam perhitungan biaya produksi akan lebih efisien dan akan menghasilkan keuntungan 25% sesuai dengan target yang diinginkan pemilik usaha dengan penghematan biaya dapat dilihat bahwa untuk tahun 2010 sebesar Rp 3.278.232.000, tahun 2011 terjadi penghematan sebesar Rp 3.298.160.000, tahun 2012 terjadi penghematan sebesar Rp 3.329.420.250, tahun 2013 terjadi penghematan sebesar Rp 3.243.068.500, dan pada tahun 2014 terjadi penghematan</p>
7	<p>Elmer Tamara Johan dan Muanas (2014)</p> <p>Pendekatan <i>Target costing</i> Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor</p>	<p><i>Target costing</i></p>	<p>Analisis Deskriptif</p>	<p>Berdasarkan dari kesimpulan yang telah dibuat, penulis menyarankan agar pemilik usaha dapat menerapkan metode <i>Target costing</i>, dimana jika pemilik usaha masih menggunakan metode standar, maka pemilik usaha akan tetap banyak mengeluarkan biaya, dan laba yang diraih pun kurang maksimal. Namun jika menggunakan metode <i>target costing</i> maka pemilik usaha akan mendapat penghematan biaya yang cukup besar dan akan mencapai target laba yang telah ditetapkan</p>

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				sebelumnya.
8	Nurul Ikhsan Arifin (2016)  Analisis <i>Target costing</i> Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery	Pengurangan Biaya Produksi	<i>Target costing</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode <i>target costing</i> sangat efisien untuk diterapkan dalam perhitungan biaya produksi di Mandala Bakery, karena berdasarkan perbandingan biaya produksi dan laba kotor yang didapatkan dengan menggunakan <i>target costing</i> dan tanpa <i>target costing</i> .
9	Yunike Elisabeth Pankey (2021)  Analisis Penerapan <i>Target costing</i> Dan Sistem Perhitungan Biaya Full Costing Sebagai Alat Bantu Manajemen Untuk Pengendalian Biaya Produksi Pada Ud. Mars Telur	Penerapan <i>Target costing</i> Dan Sistem Perhitungan Biaya Full Costing	<i>Target costing</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing dapat menentukan harga jual dan keuntungan yang ingin dicapai. Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>target costing</i> menghitung biaya produksi yang dihasilkan dari harga pasar dan dikurangi dengan laba yang ingin dicapai. Total biaya produksi yang dihasilkan dengan metode <i>target costing</i> adalah sebesar Rp. 69.550.000 dengan masing-masing biaya telur kecil sebesar Rp. 31.500, telur sedang sebesar Rp. 31.500 dan telur super sebesar Rp. 32.500.
10	Widya Lestari (2017)  Analisis Penerapan <i>Target costing</i> Untuk Pengendalian Biaya Service ( Studi Kasus Pada Cv. Mahakam Jaya Safety )	Pengendalian Biaya	<i>Target costing</i>	Penerapan <i>target costing</i> pada CV. Mahakam Jaya Safety memberikan dampak positif pada laba yang didapat. Dengan menekan biaya produksi, CV. MJS yang awalnya mendapat persentase laba 46% dari seluruh penjualan terhitung dari bulan juli sampai bulan desember 2015. setelah menggunakan <i>target costing</i> perusahaan mengalami peningkatan sebesar 1% walaupun peningkatan yang dimiliki tidak

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				terlalu tinggi tetapi sudah cukup untuk mengoptimalkan laba
11	Analisis Penerapan <i>Target costing</i> Untuk Mengurangi Biaya Produksi Dalam Mengoptimalkan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Ud. Karunia Jaya Mandiri)	Mengurangi biaya dan mengoptimalkan laba	<i>Target costing</i>	Hasil penelitian ini dapat membuktikan bahwa penerapan metode <i>target costing</i> adalah metode atau cara yang tepat dan efektif untuk mengoptimalkan laba yang diinginkan oleh perusahaan dengan cara mengurangi atau menekankan biaya produksi selama proses produksi berlangsung dan metode <i>target costing</i> lebih efisiensi jika dibandingkan dengan perhitungan yang sebelumnya.
12	Yogi Lesaman (2020) Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Metode <i>Target costing</i> dalam Meningkatkan Laba	Biaya Produksi Meningkatkan laba	<i>target costing</i>	Penetapan biaya produksi pada UKM Kripset UMMI Sukabumi sebelumnya masih menggunakan metode manual, sehingga biaya produksi terus meningkat dan laba yang diperoleh belum optimal. Namun setelah diterapkan <i>target costing</i> , biaya produksi bisa didefinisikan dan laba mampu ditingkatkan secara optimal
13	Heri Supriyadi (2013) Penerapan <i>Target costing</i> Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Usaha Dagang Eko Kusen)	Pengurangan Biaya Produksi dan Peningkatan Laba	<i>Target costing</i>	Penelitian ini membuktikan bahwa penerapan <i>target costing</i> merupakan upaya alternatif yang baik untuk memaksimalkan laba yang ditargetkan oleh perusahaan dengan cara menekan biaya-biaya produksi yang terjadi selama proses desain produk.
14	Lilla Anugerah Putri (2020) Penerapan <i>Target costing</i> Dalam Upaya Mengendalikan Biaya Untuk Pencapaian Target Laba (Studi	Mengendalikan Biaya	<i>Target costing</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Target costing</i> merupakan salah satu alternatif yang baik bagi perusahaan UD Berlian Bakery, dapat diketahui perbedaan total biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan sebelum dan sesudah menggunakan metode <i>Target</i>

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Kasus Pada Berlian Bakery Kademanagan - Bondowoso)			<i>costing</i>
15	Anna Marthen (2014) Penerapan <i>Target costing</i> Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Pada PT Semen Bosowa Maros	Upaya Pengurangan Biaya	<i>Target costing</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Target costing</i> merupakan salah satu alternatif yang baik bagi perusahaan pada PT Semen Bosowa Maros

Tabel di atas merupakan penelitian terdahulu yang memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini, penelitian terdahulu berguna untuk memperkuat penelitian ini, memperkuat secara variabel yang diteliti, indikator yang diteliti, ataupun metode analisis yang digunakan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu terletak pada variabel yang diteliti yaitu penerapan dan pendekatan *target costing*, Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Gerungan (2017), Wusyang (2019), Juliani (2019), Azmi (2021), Firdaus (2018) dan Johan dkk (2014) yang memiliki kesamaan pada variabel dan metode analisis yang digunakan.

Sedangkan letak perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yang diteliti, jumlah data yang diteliti dan indikator yang digunakan. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliani (2019), Azmi (2021), dan Titin (2016).

### 2.5.2 Kerangka Pemikiran

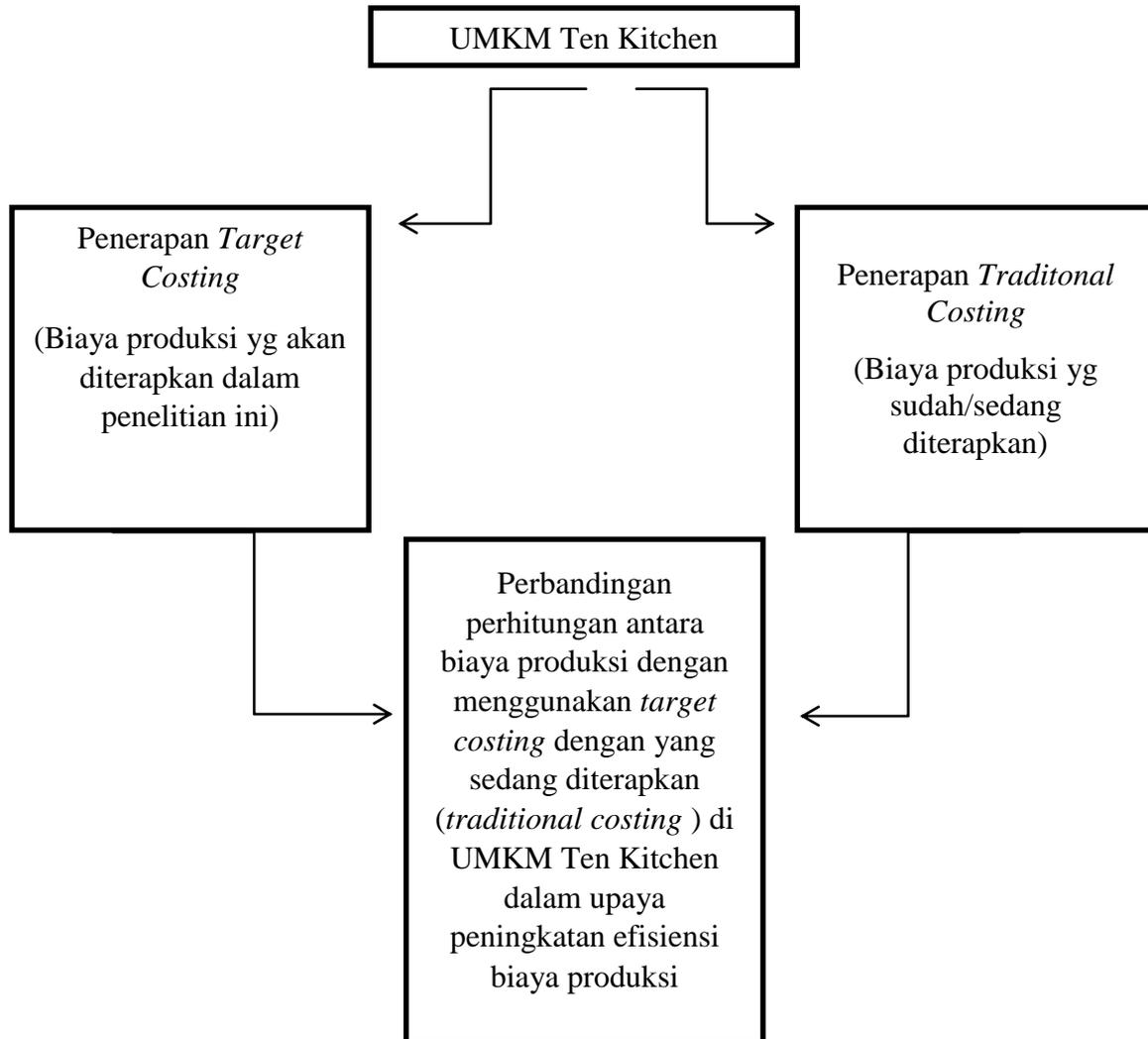
Simamora (2016:340) menyatakan bahwa, *target costing* atau biaya pokok sasaran adalah sebuah strategi dimana pemilik usaha pertama-tama menetapkan harga jual dimana mereka dapat menjual sebuah produk atau jasa baru, dan kemudian merancang sebuah produk atau jasa yang dapat diproduksi pada suatu biaya yang cukup rendah guna memberikan margin laba yang memadai.

Efisiensi biaya produksi merupakan penekanan biaya dalam menghasilkan produk atau biaya produksi yang dapat dipertimbangkan penggunaannya kepada yang paling menguntungkan. Efisiensi biaya produksi ini mempunyai kaitan dengan harga jual produk. Dengan ditekannya biaya produksi ini akan menguntungkan bagi pemilik usaha sebab dapat menetapkan harga jual yang rendah, sehingga dapat bersaing dengan pemilik usaha lain dan dapat menguasai pasar yang ada. Dengan

demikian efisiensi mencegah terjadinya biaya yang berlebih yang merupakan pemborosan yang seharusnya tidak terjadi.

Penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Gerungan (2017) Hasil penelitian perbandingan total biaya yang dikeluarkan oleh pemilik usaha, menurut pemilik usaha dengan menurut *target costing*, diketahui lebih efisien menggunakan *target costing*, dimana dengan menggunakan *target costing* pemilik usaha dapat memperoleh penghematan biaya tahun 2011 sebesar 18,21 %, dan tahun 2012 sebesar 2,70 %. Hasil penelitian selanjutnya dilakukan oleh Wusyung (2019) Hasil penelitian yaitu perhitungan *target costing* pada UD. JJ Bakery bahwa ada efisiensi ketika pemilik usaha sebelum menggunakan metode *target costing* laba kotor sebesar Rp 230.128.704 dengan menggunakan metode *target costing* laba kotor menjadi meningkat sebesar Rp 234.601.536. Jadi, selisih peningkatan laba kotor adalah sebesar Rp 4.472.832. Saran sebaiknya pemilik usaha harus menerapkan metode *target costing* karena dengan menggunakan metode *target costing* laba kotor yang diharapkan lebih efisien.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dibuat konstelasi penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 5 Konstelasi Penelitian

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Analisis ini bertujuan untuk mengumpulkan segala informasi secara aktual dan terinci yang kemudian membandingkan antara konsep dasar, teori mengenai pendekatan metode *target costing* dan kemudian ditarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

### 3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah *tradisional costing* dan pendekatan *target costing* dalam meminimalisir efisiensi biaya produksi.

Unit analisis yang digunakan adalah organisasi, organisasi yang dimaksud adalah UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor.

Lokasi penelitian berlokasi di Jalan Wijayakusuma Raya No,65 Yasmin Kota Bogor.

### 3.3 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti adalah data kuantitatif yang merupakan data primer dan data sekunder .

Sumber data primer diperoleh melalui wawancara kepada pengelola UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor. Data yang dikumpulkan yaitu pendekatan *target costing* dalam meminimalisir biaya produksi.

Sumber data sekunder diperoleh melalui internet dengan men- *download* dari *website-website* penyedia yang relevan dengan penelitian ini.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Untuk memudahkan proses analisis pada penelitian ini, maka peneliti membuat konsep operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variable	Sub Variable	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Tradisional cost</i>	Biaya produksi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biaya Bahan Baku</li> <li>2. Tenaga kerja</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biaya bahan baku langsung berdasarkan produk. (jumlah biaya bahan baku x harga)</li> <li>2. Biaya upah pegawai dalam aktivitas membuat produk. (penjumlahan biaya tenaga kerja/volume unit terjual) x unit yang diproduksi)</li> <li>3. Alokasi biaya Overhead</li> </ol>	Rasio

Variable	Sub Variable	Indikator	Ukuran	Skala
		3. Biaya Overhead Pabrik	berdasarkan produk. (penjumlahan total biaya overhead / volume unit terjual) x unit yang diproduksi)	
<i>Target costing</i>	1. Target Cost  2. Target Price	1. Target Biaya Pemilik usaha  2. Target Harga yang dimiliki Pemilik usaha	1. 40% dari HPP atau Harga Jual x 40%.  2. Rata-rata harga pasar dengan keuntungan yang diambil oleh perusahaan adalah 60% dari HPP	Rasio
Efisiensi Biaya	Perbandingan Target Cost dan Tradisional Cost	Total Cost (Tradisional Cost dikurangi Target Cost)	Selisih Positif/Negatif	Rasio

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1) Pengumpulan Data Primer

Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data primer yaitu melakukan pengamatan langsung dan kegiatan tanya jawab dengan pemilik pada UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor.

#### 2) Pengumpulan Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan metode manual seperti memfotokopi buku serta mengumpulkan data dengan mengunduh (*download*) *e-book* dan jurnal yang relevan.

### 3.6 Metode Pengolahan Data

Data dan informasi yang terkumpul diolah dan dianalisis lebih lanjut dengan cara:

#### 1. Analisis Deskriptif (Eksploratif)

Analisis deskriptif (eksploratif) yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara objektif mengenai pendekatan *target costing* dan metode perhitungan biaya produksi yang secara tradisi telah digunakan pada *Ten Kitchen* Kota Bogor.

## 2. Metode Traditional Costing

Perhitungan biaya produksi untuk Traditional Costing yang pada umumnya disebut *Full Costing* adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xx	
BTKL	xx	
Biaya overhead pabrik	xx	+
Total Biaya Produksi	xx	

## 3. Metode Target costing

Langkah-langkah dalam teknik analisis data adalah:

- Mendeskripsikan perhitungan biaya produksi yang dilakukan pemilik usaha.
- Menganalisis pendekatan pengendalian biaya produksi dengan metode *target costing*.

Langkah-langkah pendekatan *target costing* adalah sebagai berikut:

- Menentukan harga pasar kompetitif, dengan cara membuat daftar harga pemilik usaha produk yang sama dari pemilik usaha yang lainnya untuk membandingkan dengan harga produk yang ada *Ten Kitchen* Kota Bogor. Harga jual yang ditetapkan dapat sama, lebih mahal, atau lebih murah daripada yang ditawarkan oleh pesaing-pesaing utamanya.
- Menentukan laba kotor yang diharapkan oleh pemilik usaha dengan cara wawancara kepada pemilik usaha berapa persen laba yang diinginkan pemilik usaha.
- Menghitung *Target costing*

$$\text{Target biaya} = \text{Taksiran Harga jual} - \text{laba yang diinginkan}$$

- Penggunaan pengurangan biaya dalam *target costing* untuk mengidentifikasi cara-cara untuk menghemat biaya produk.
4. Membandingkan antara analisis perhitungan biaya yang dihitung menggunakan aturan yang dipakai pemilik usaha selama ini dengan analisis perhitungan biaya dihitung setelah diterapkan adanya *target costing* beserta jumlah penghematan biaya yang terjadi. Jika perhitungan biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya overhead pabrik, dan biaya upah pegawai menurut *target costing* perhitungan biayanya lebih kecil dari perhitungan pemilik usaha tanpa mengubah kualitas dan kuantitas dari produk maka perhitungan biaya menurut *target costing* dikatakan efisien.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

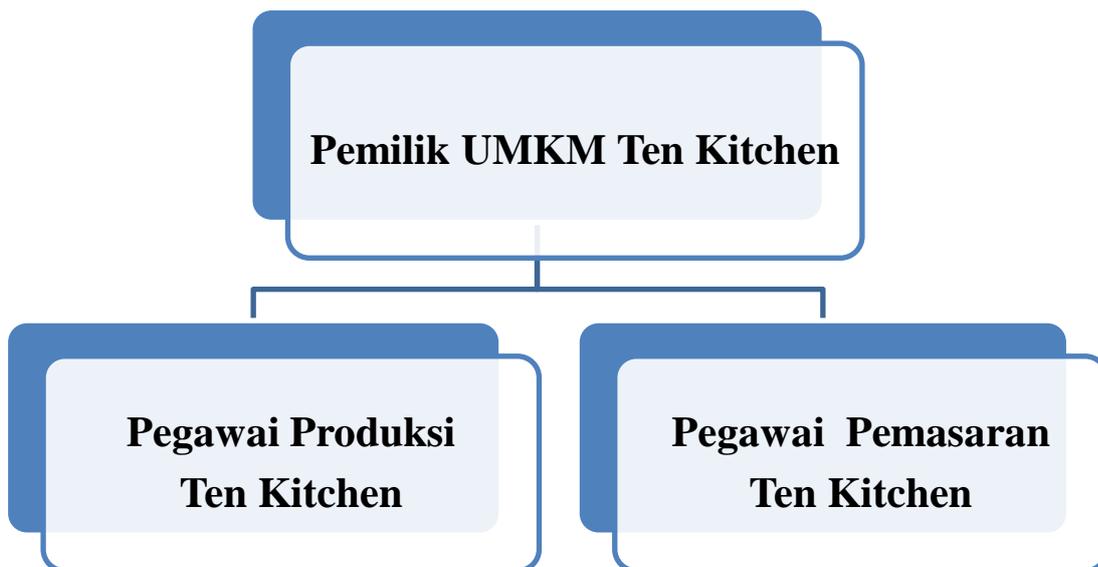
### 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

#### 4.1.1 Sejarah Singkat UMKM *Ten Kitchen Kota Bogor*

*Ten Kitchen* Kota Bogor merupakan usaha rumahan dengan usaha utama jeruk lemon peras murni yang dibotolkan dg nama Sari Lemon. Dengan beberapa jus buah dan sayur yang enak dan segar. Semuanya dari buah dan sayur segar pilihan. Realfood. Real fruits. Di samping itu tersedia Pudding Susu dengan topping buah2an. Saat ini penjualan yang paling laris adalah sari lemon dan fresh lime sehingga fokus bisnis *Ten Kitchen* Kota Bogor yaitu pada Sari Lemon dan fresh lime Lokasi UMKM Taman Yasmin, Jl. Wijaya Kusuma Raya No.65, Cilendek Bar., Kec. Bogor Bar., Kota Bogor, Jawa Barat 16112.

#### 4.1.2 Struktur Organisasi UMKM *Ten Kitchen Kota Bogor*

Berikut adalah struktur organisasi *Ten Kitchen Kota Bogor* disajikan pada gambar di bawah ini:



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi *Ten Kitchen* Kota Bogor

Berdasarkan gambar di atas, berikut adalah keterangan mengenai tugas dan tanggung jawab posisi yang disajikan pada gambar di atas :

1. Tugas dan Tanggung Jawab Pemilik *Ten Kitchen* Kota Bogor
  - i) Tugas dan tanggung jawab pemilik UMKM adalah memastikan bahwa bisnis *Ten Kitchen* Kota Bogor berjalan sesuai dengan rencana yang sudah dibuat.
  - ii) Memantau pekerjaan setiap karyawan pada semua bagian khususnya bagian produksi dan pemasaran.
  - iii) Membeli bahan baku untuk kebutuhan operasional produksi UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor.
  - iv) Menerima laporan dari para karyawan produksi dan pemasaran
  - v) Mengelola keuangan UMKM
  - vi) Memberikan gaji kepada karyawan
  - vii) Membuat rencana strategis untuk UMKM
2. Tugas dan Tanggung Jawab Pegawai Produksi *Ten Kitchen* Kota Bogor
  - i) Memproduksi minuman yang diproduksi oleh *Ten Kitchen* Kota Bogor
  - ii) Menyiapkan bahan baku untuk pembuatan produk UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor
  - iii) Membuat laporan produksi yang akan diserahkan kepada pemilik UMKM
  - iv) Membuat laporan ketersediaan produk yang akan diserahkan kepada pemilik UMKM.
3. Tugas dan Tanggung Jawab Pegawai Pemasaran *Ten Kitchen* Kota Bogor
  - i) Berkoordinasi dengan pemilik UMKM untuk memenuhi permintaan pelanggan
  - ii) Membuat perencanaan strategi untuk mencapai target penjualan
  - iii) Melakukan pemasaran secara *online* dan *offline*.

#### **4.1.3 Proses Pembuatan Sari Lemon dan Fresh Lime Produksi UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor**

Setiap hari UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor memproduksi sari lemon dan fresh lime karena sari lemon dan *fresh lime* merupakan produk yang menjadi *best seller* di UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor, semenjak pandemi banyak orang yang beralih hidup sehat, salah satunya yaitu mengkonsumsi minuman sari lemon dan minuman sari jeruk nipis yang memiliki segudang manfaat, salah satunya adalah meningkatkan imunitas tubuh, memberikan vitamin yang dibutuhkan oleh tubuh serta berbagai manfaat yang dirasakan jika rutin mengkonsumsi Sari Lemon, Sari Lemon yang diproduksi oleh *Ten Kitchen* Kota Bogor berukuran 350 ml dengan harga Rp 52.000/Botol. Fresh Lime dengan harga Rp 35.000/Botol. Produk Sari Lemon dan Fresh Lime memiliki masa kadaluarsa 3 bulan karena tidak menggunakan bahan pengawet. Dan berikut adalah alat dan bahan yang digunakan untuk memproduksi Sari Lemon dan Fresh Lime sebagai berikut:

1. Alat yang digunakan dalam produksi *Ten Kitchen* Kota Bogor
  - a) Pisau
  - b) Mesin Pemas Jeruk Otomatis
  - c) Stiker
  - d) Talenan
  - e) Saringan
  - f) Panci
  - g) Baskom
  - h) Botol 350 ml
2. Bahan yang digunakan
  - a) Lemon
  - b) Jeruk Nipis

Proses pembuatan Sari Lemon dan Fresh Lime adalah sebagai berikut:

- a) Tahap Pertama  
Cuci lemon dan jeruk nipis hingga bersih lalu tiriskan
- b) Tahap Kedua  
Setelah ditiriskan lalu lemon dan jeruk nipis dibagi menjadi dua bagian untuk diperas menggunakan mesin pemeras dan kemudian airnya dipisahkan menggunakan saringan.
- c) Tahap ketiga  
Tahap selanjutnya adalah memanaskan air hingga mendidih lalu masukan perasan lemon ke dalam air yang sudah mendidih lalu dibiarkan sampai dingin.
- d) Tahap Keempat  
Selanjutnya akan dilakukan sterilisasi lemon dan jeruk nipis.
- e) Tahap Kelima  
Selanjutnya setelah proses penetralan dan sterilisasi air lemon dimasukan ke dalam botol lalu setiap botol diberikan stiker mengenai informasi produk dan masa kadaluarsa produksi  
Tahap selanjutnya adalah menyimpan sari lemon dan sari jeruk nipis ke dalam kulkas dan kemudian memasarkannya secara langsung baik penjualan langsung dengan *customer* individu maupun *customer* bisnis (*ressler*).

## 4.2 Analisis Data

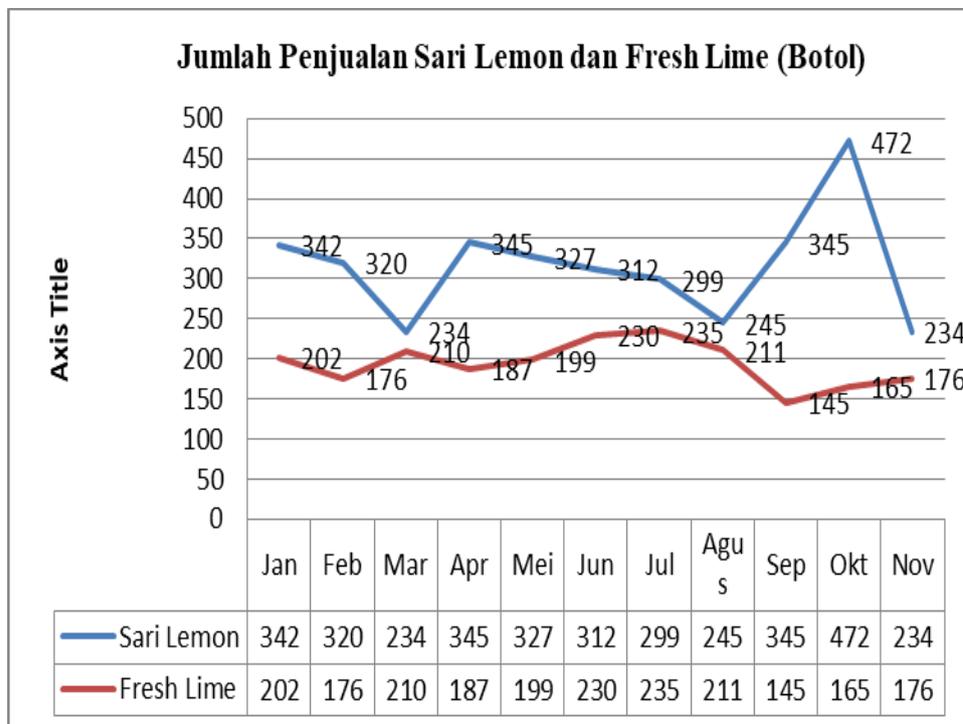
Sepanjang tahun 2021 UMKM *Ten Kitchen* Bogor memproduksi Fresh Lime dan Sari Lemon, produk tersebut didistribusikan di sekitar Bogor dan sekitarnya dan berikut disajikan volume penjualan sari lemon dan fresh lime tahun 2021 pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 1 Volume Penjualan UMKM *Ten Kitchen* Tahun 2020 dan 2021

No	Bulan	Jumlah Penjualan Tahun 2020 (dalam botol)	Jumlah (Rupiah)	Jumlah Penjualan Tahun 2021 (dalam botol)	Jumlah (Rupiah)
1	Januari	342	17.784.000,00	202	7.070.000,00
2	Februari	320	16.640.000,00	176	6.160.000,00
3	Maret	234	12.168.000,00	210	7.350.000,00
4	April	345	17.940.000,00	187	6.545.000,00
5	Mei	327	17.004.000,00	199	6.965.000,00
6	Juni	312	16.224.000,00	230	8.050.000,00
7	Juli	299	15.548.000,00	235	8.225.000,00
8	Agustus	245	12.740.000,00	211	7.385.000,00
9	September	345	17.940.000,00	145	5.075.000,00
10	Oktober	472	24.544.000,00	165	5.775.000,00
11	November	234	12.168.000,00	176	6.160.000,00
12	Desember	267	13.884.000,00	189	6.615.000,00
	Total	3.742	194.584.000,00	2.136	81.375.000,00

Sumber: Data *Ten Kitchen* Bogor, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan volume penjualan pada produk Sari Lemon yang dijual oleh UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor, jumlah penjualan di tahun 2021 dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember mencapai 3.742 botol, penjualan tertinggi terjadi pada bulan Oktober dengan jumlah 472 botol Sari Lemon, dan penjualan terendah yaitu pada bulan Maret dan November dengan jumlah 234 Botol. Dan berdasarkan penjualan pada *fresh lime* menunjukkan jumlah *Fresh Lime* yang terjual sepanjang tahun 2021, jumlah penjualan mencapai 2.136 Botol, harga Fresh lime/ botol adalah Rp 35.000 dengan total pendapatan Rp 74.760.000. Penjualan tertinggi yaitu pada bulan Juli sebanyak 235 Botol dan penjualan terendah terjadi pada bulan September dengan volume penjualan sebanyak 145 Botol.



Sumber: Data Ten Kitchen Bogor, 2022

Gambar 4. 2 Jumlah Penjualan Sari Lemon dan Fresh Lime

Berdasarkan data di atas, berikut disajikan tabel pendapatan UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor pada penjualan Sari Lemon dan Fresh Lime sebagai berikut:

Tabel 4. 2 pendapatan UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor

	Bulan	Tahun 2021
1	Januari	24.854.000,00
2	Februari	22.800.000,00
3	Maret	19.518.000,00
4	April	24.485.000,00
5	Mei	23.969.000,00
6	Juni	24.274.000,00
7	Juli	23.773.000,00
8	Agustus	20.125.000,00
9	September	23.015.000,00
10	Oktober	30.319.000,00
11	November	18.328.000,00
12	Desember	20.499.000,00
	Total	275.959.000,00

Sumber: UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor, 2021

Berdasarkan tabel pendapatan UMKM *Ten Kitchen* di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan dari bulan ke bulannya fluktuatif atau naik turun, dapat dilihat dari tabel di atas bahwa total pendapatan di tahun 2021 mencapai Rp.275.959.000,00 dengan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Januari dengan pendapatan sebesar Rp. 24.854.000,00 dan penjualan terendah terjadi pada bulan November dengan pendapatan sebesar Rp. 18.328.000,00. Penyebab turunnya penjualan produk dipengaruhi oleh selera konsumen, barang pengganti, pesaing, pemasok, kualitas barang, persediaan bahan baku dan teknologi.

#### 4.2.1 Perhitungan Biaya Produksi Tradisional Costing

Pada dasarnya setiap usaha yang dijalankan dengan tujuan untuk mencapai keuntungan, keuntungan atas bisnis yang dijalankan bisa didapatkan dari efisiensi bahan baku dan penjualan yang optimal. Namun tidak semua bisnis dapat berjalan secara mulus, ada banyak tantangan di dalam bisnis yang dihadapi salah satunya adalah kerugian, kerugian sendiri dapat terjadi oleh berbagai faktor salah satunya adalah faktor ketidakefisienan pengelolaan bahan baku dan sumber daya manusia yang dimiliki oleh pemilik usaha atau kerugian akibat produk yang dijual tidak mencapai target penjualan. Namun pemilik usaha dapat meminimalisir kondisi tersebut, salah satunya adalah pemilik usaha mampu mengetahui komponen-komponen biaya yang digunakan untuk menghitung biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya upah pegawai dan biaya *overhead* pabrik. Kemudian pemilik usaha mengumpulkan informasi biaya bahan baku, biaya upah pegawai dan biaya *overhead* pabrik yang terjadi tiap tahun yang kemudian diolah untuk menghitung biaya produksi setiap tahun. Setelah menghitung total produksi, pemilik usaha dapat mengetahui biaya produksi per unit, yaitu dengan cara membagi total biaya produksi dengan jumlah produk yang dihasilkan selama tahun tersebut. Dan berikut adalah perhitungan biaya produksi pada UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor adalah sebagai berikut:

##### 1. Biaya Produksi

###### a) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan baku yang dipakai di dalam pengolahan produk. Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan Sari Lemon adalah Lemon dan *Fresh Lime* adalah Jeruk Nipis. UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor membeli bahan baku langsung dari petani Lemon dan Jeruk Nipis yang ada di Kota Bogor. Jadi lemon dan jeruk nipis yang digunakan untuk pengolahan Sari Lemon dan Jeruk nipis yaitu buah lokal yang diproduksi langsung oleh petani di Kota Bogor. Satu lemon dan satu jeruk nipis yang diperas menghasilkan 60-80 ml, untuk Botol Sari lemon yang berukuran 350 ml diperoleh dari 6-7 lemon dan untuk satu botol *Fresh Lime* berukuran 350 ml dengan komposisi yang sama yaitu satu jeruk nipis menghasilkan 60-80 ml dan satu botol menghabiskan sekitar 5-6 jeruk nipis. Berikut disajikan biaya bahan baku pembuatan Sari Lemon dan *Fresh Lime* tahun 2021 sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Biaya Bahan Baku Sari Lemon

Jenis Bahan Baku	Volume produksi (kg)	Harga/Kg	Jumlah (Rupiah)
Lemon	3.850	20.000,00	77.000.000,00
<b>Jumlah biaya bahan baku</b>			<b>77.000.000,00</b>

Sumber: UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor , 2021

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa pada tahun 2021, bahan baku lemon yang digunakan untuk membuat Sari Lemon pada UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor mencapai 3.850 kg lemon dengan harga 20.000/kg dan isi 1 kg lemon mencapai 6-8 lemon yang berukuran besar.

Tabel 4. 4 Biaya Bahan Baku *Fresh Lime*

Jenis Bahan Baku	Volume produksi (kg)	Harga/Kg	Jumlah (Rupiah)
Jeruk Nipis	1.700	13.000,00	22.100.000,00
<b>Jumlah biaya bahan baku</b>			<b>22.100.000,00</b>

Sumber: UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor , 2021

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa pada tahun 2021, bahan baku Jeruk Nipis yang digunakan untuk membuat *Fresh Lime* pada UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor mencapai 1.700 kg jeruk nipis dengan harga 13.000,00/kg dan isi 1 kg lemon mencapai 9-10 jeruk nipis yang berukuran sedang.

- b) Biaya Upah Pegawai *Ten Kitchen*  
Berikut adalah rincian biaya upah pegawai:

Tabel 4. 5 Upah Pegawai *Ten Kitchen*

Jenis Biaya	Jumlah Produksi/ Bulan	Upah yang diberikan/ Produksi	Jumlah (Rupiah)
Upah pegawai <i>Ten Kitchen</i>	4 kali	200.000,00	800.000
Jumlah biaya upah pegawai dalam satu tahun			9.600.000
Jumlah biaya upah pegawai untuk 2 orang x 9.600.000			19.200.000
Bonus tercapai 1 kali x 150.000/ orang (2 orang pegawai)			300.000
<b>Jumlah biaya upah pegawai</b>			<b>19.500.000</b>

Sumber: UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor , 2021

Besarnya biaya upah pegawai pada UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor untuk tahun 2021 adalah Rp200.000/hari, Rp 800.000/bulan dan 9.600.000/tahun dan 19.000.200/ 2 orang pegawai dengan jumlah waktu produksi 1 kali dalam satu minggu. Upah

pegawai yang ada di *Ten Kitchen* Kota Bogor 2 orang yang terdiri dari 1 karyawan produksi dan 1 karyawan pemasaran merangkap dengan bagian pengiriman produk dan dibantu oleh satu orang anggota keluarga pemilik. Jika penjualan mencapai target maka pemilik akan memberikan bonus sebesar 150.000,00/dalam satu bulan kepada pegawai produksi dan pegawai pemasaran. Dan sepanjang tahun 2021 penjualan yang mencapai target lebih 550 botol terjadi pada bulan Oktober jadi untuk bonus yang diberikan oleh pemilik usaha sebanyak 300.000,00/ 2 orang pegawai atau 150.000,00/ orang.

c) Biaya Overhead Pabrik

Salah satu komponen biaya *overhead* pabrik adalah biaya peralatan. Besarnya biaya peralatan pada tahun 2021 pada *Ten Kitchen* Kota Bogor disajikan pada Tabel 4.7. Sedangkan besarnya biaya *overhead* pabrik tahun 2021, pada *Ten Kitchen* Kota Bogor, yang dapat disajikan pada Tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Biaya Peralatan *Ten Kitchen* Kota Bogor

No	Jenis Peralatan	Penyusutan	Biaya Peralatan sebelum penyusutan (Rupiah)	Biaya Peralatan setelah penyusutan (Rupiah)
1	Pisau satu set	3 tahun	250.000,00	83.333,00
2	Mesin Pemas Jeruk Otomatis	4 tahun	5.800.000,00	1.450.000,00
3	Talenan	4 Tahun	75.000,00	18.750,00
4	Saringan	3 Tahun	90.000,00	30.000,00
5	Panci	5 Tahun	125.000,00	25.000,00
6	Baskom	4 Tahun	45.000,00	11.250,00
7	Corong	5 Tahun	10.000,00	2.000,00
8	Teko	4 Tahun	80.000,00	20.000,00
Jumlah biaya peralatan			6.475.000,00	1.640.333,00

Sumber: UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor , 2021

Berdasarkan tabel di atas, yang menunjukkan biaya peralatan UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor tahun 2021 yaitu sebesar Rp1.640.000,00 dan sebelum penyusutan adalah Rp6.475.000,00. Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa setiap peralatan memiliki masa penyusutan yang berbeda, dan masa penyusutan paling lama adalah peralatan produksi yaitu panci dengan masa penyusutan sampai dengan 5 tahun dengan catatan menggunakan secara rapi dan terawat, selanjutnya biaya tertinggi

yaitu adalah mesin pemeras jeruk otomatis seharga Rp5.800.000,00 dan berikut adalah perhitungan biaya *overhead* pabrik yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 7 Biaya Overhead Pabrik *Ten Kitchen* Kota Bogor Tahun 2021

No	Biaya Overhead Pabrik	Jumlah Biaya (Rupiah)
1	Biaya Peralatan	1.640.333,00
2	Biaya Stiker Botol	2.351.200,00
3	Biaya Kardus	370.000,00
4	Biaya Kantong Plastik	40.000,00
5	Biaya Botol Sari Lemon	15.716.400,00
6	Biaya Botol Fresh Lime	4.272.000,00
7	Biaya Angkutan Bahan Baku	1.300.000,00
8	Biaya pemakaian bahan bakar	56.000,00
9	Biaya listrik	600.000,00
10	Biaya pemeliharaan	250.000,00
11	Biaya umum	350.000,00
Jumlah biaya Overhead Pabrik		26.945.933,00

Sumber: UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor , 2021

## 2. Biaya Non Produksi

Biaya non produksi, khususnya pada UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor terdiri dari biaya penjualan dan biaya administrasi/umum. Oleh karena itu, maka besarnya biaya non produksi untuk tahun 2021 dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 4. 8 Biaya Non Produksi Tahun 2021

No	Jenis Biaya Non Produksi	Biaya Non Produksi (Rupiah)
1	Biaya penjualan	2.550.000,00
2	Biaya administrasi / umum	1.500.000,00
Jumlah biaya penjualan		4.050.000,00

Sumber: UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor , 2021

Pada tabel di atas disajikan biaya penjualan, biaya penjualan yang dimaksud pada *Ten Kitchen* meliputi komisi penjualan jika melampaui target dan gaji untuk bagian tenaga penjualan dan potongan biaya pengiriman untuk pelanggan yang membeli pesanan dalam kuantiti tertentu. Sedangkan biaya administrasi dan umum meliputi biaya periklanan yang dikeluarkan oleh *Ten Kitchen* dalam mengiklanankan produk dan kuota internet yang dipakai untuk memposting produk-produk *Ten Kitchen* masuk ke dalam biaya administrasi dan umum.

Setelah disajikan beberapa data di atas pada UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor mengenai biaya produksi, maka hasil perhitungan biaya produksi untuk produksi produk Sari Lemon dan *Fresh Lime* dilihat pada tabel 4.9 dan tabel 4.10 merupakan Tabel total biaya yang terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Perhitungan Biaya Produksi Sari Lemon Tradisional Costing

Uraian	Jumlah Biaya (Rp)
<b>Biaya Produksi</b>	
1. Biaya bahan baku Sari Lemon	77.000.000
2. Biaya upah pegawai	9.750.000
3. Biaya <i>overhead</i> pabrik	13.472.966,5
<b>Total Biaya Produksi (1+2+3)</b>	<b>100.222.967</b>
Jumlah Unit yang diproduksi (Botol)	3.742
<b>Total Biaya Produksi per Botol</b>	<b>26783,26</b>

Sumber: UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, menunjukkan bahwa jumlah biaya produksi pada pembuatan sari lemon pada periode tahun 2021 yaitu mencapai Rp100.222.967 dengan jumlah penjualan mencapai 3.742 botol dan setelah dihitung biaya produksi yang dikeluarkan untuk 1 botol Sari Lemon adalah Rp26.783,26/ Botol. Berdasarkan perhitungan biaya bahan baku di atas, maka di bawah ini disajikan bahwa perhitungan total biaya menurut pemilik usaha (tradisional Costing) adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Perhitungan Total Biaya Menurut Pemilik usaha (*Tradisional Costing*)

Uraian	Jumlah Biaya (Rp)
<b>A. Biaya Produksi</b>	
1. Biaya bahan baku	77.000.000,00
2. Biaya upah pegawai	9.750.000,00
3. Biaya <i>overhead</i> pabrik	13.472.966,50
<b>Jumlah Biaya Produksi (1+2+3)</b>	<b>100.222.967,00</b>
<b>B. Biaya Non Produksi</b>	
1. Biaya penjualan	1.125.000,00
2. Biaya adm/umum	750.000,00
<b>Jumlah Biaya Non Produksi (1+2)</b>	<b>1.875.000,00</b>
<b>Total Biaya (A+B)</b>	<b>102.097.967,00</b>
<b>Jumlah unit yang diproduksi (Kg)</b>	3.742
<b>Total biaya per botol</b>	<b>27.284,33</b>

Sumber: UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor , 2021

Tabel 4. 11 Perhitungan Biaya Produksi *Fresh Lime* Menurut *Tradisional Costing*

Uraian	Jumlah Biaya (Rp)
<b>Biaya Produksi</b>	
1. Biaya bahan baku <i>fresh lime</i>	22.100.000,00
2. Biaya upah pegawai	9.750.000,00
3. Biaya <i>overhead</i> pabrik	13.472.966,50
<b>Total Biaya Produksi (1+2+3)</b>	<b>45.322.967,00</b>
Jumlah Unit yang diproduksi (Botol)	2.136
<b>Total Biaya Produksi per Botol</b>	<b>21.219,00</b>

Sumber: UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor , 2021

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, menunjukkan bahwa jumlah biaya produksi pada pembuatan *Fresh Lime* pada periode tahun 2021 yaitu Rp 45.322.967,00 dengan jumlah penjualan mencapai 2.136 botol dan setelah dihitung biaya produksi yang dikeluarkan untuk 1 botol Sari Lemon adalah Rp21.219,00/botol. Berdasarkan perhitungan biaya bahan baku di atas, maka di bawah ini disajikan bahwa perhitungan total biaya menurut pemilik usaha (*tradisional Costing*) adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Perhitungan Total Biaya Menurut Pemilik usaha

Uraian	Jumlah Biaya (Rp)
<b>A. Biaya Produksi</b>	
1. Biaya bahan baku	22.100.000
2. Biaya upah pegawai	9.750.000
3. Biaya <i>overhead</i> pabrik	13.472.966,50
<b>Jumlah Biaya Produksi (1+2+3)</b>	<b>45.322.967,00</b>
1. Biaya penjualan	1.125.000
2. Biaya adm/umum	750.000
<b>Jumlah Biaya Non Produksi (1+2)</b>	<b>1.875.000</b>
<b>Total Biaya (A+B)</b>	<b>47.197.000</b>
<b>Jumlah unit yang diproduksi (Botol)</b>	2.136
<b>Total biaya per botol</b>	<b>22.096,43</b>

Sumber: UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor , 2021

Tabel 4.12 merupakan perhitungan biaya produksi sari lemon yang dikeluarkan oleh pemilik usaha pada tahun 2021 sebesar Rp102.097.967,00 atau Rp27.284,33/ Botol. Sedangkan perhitungan biaya produksi Fresh Lime yang dikeluarkan oleh pemilik usaha pada tahun 2021 sebesar Rp45.322.967,00 atau Rp22.096,43/ botol.

#### **4.2.2 Perhitungan Biaya Produksi dengan Pendekatan Metode *Target costing***

Penentuan harga berdasarkan target (*target costing*) adalah suatu metode penentuan harga secara mundur, yakni dimulai dengan menentukan harga pasar kompetitif yang berlaku di pasaran. Berikut merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan pemilik usaha untuk menerapkan *target costing*:

1. Mengumpulkan informasi harga pasar/jual produk dari riset pasar  
Langkah pertama yang harus dilakukan oleh pemilik usaha adalah mengumpulkan informasi harga pasar produk. Untuk menentukan harga jual produk dapat disesuaikan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Namun untuk menilai kriteria suatu produk tersebut terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu jenis produk, kualitas bahan yang digunakan dan fitur/bentuk produk. Berikut daftar perbandingan harga pesaing pada tahun 2021 beserta harga jual pemilik usaha dengan *Ten Kitchen* Kota Bogor. Harga jual ditentukan berdasarkan harga pesaing yang menawarkan harga yang cukup kompetitif. Informasi tersebut akan digunakan untuk melakukan penyesuaian harga jual.
2. Mengumpulkan informasi tentang laba kotor yang diinginkan  
Langkah kedua setelah menentukan harga jual yang ditentukan oleh mekanisme pasar dan pesaing dalam menentukan *target costing* adalah mengumpulkan informasi mengenai target laba yang ingin dicapai oleh perusahaan berdasarkan kebijakan pemimpin perusahaan.  
Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis kepada pemilik perusahaan maka pemilik usaha *Ten Kitchen* Kota Bogor menargetkan laba kotor setiap produk 50% dari harga pasar. Berikut adalah perbandingan harga pasar pada produk Sari Lemon dan *Fresh Lime* disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 13 Perbandingan Harga Sari Lemon Pesaing dengan *Ten Kitchen*  
Kota Bogor

No	Nama Produk	Harga Pesaing (Rp/Botol)	Harga <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor (Rp/Botol)	Selisih Harga (Rupiah)	Keterangan
1	Rifussess Sari Lemon	70.000,00	52.000,00	18.000,00	Harga lebih tinggi dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
2	Ciayow Lemon Jus	64.500,00	52.000,00	12.500,00	Harga lebih tinggi dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
3	Lemonia	40.000,00	52.000,00	12.000,00	Harga lebih rendah dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
4	Sari Lemon Murni	35.000,00	52.000,00	17.000,00	Harga lebih rendah dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
5	Pure Lemon	64.000,00	52.000,00	12.000,00	Harga lebih tinggi dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
6	Lemon Legen	30.000,00	52.000,00	28.000,00	Harga lebih rendah dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
7	Lemon ABC	60.000,00	52.000,00	8.000,00	Harga lebih tinggi dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
8	Lemon Fresh	65.000,00	52.000,00	13.000,00	Harga lebih tinggi dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
9	Lemor Sari	60.000,00	52.000,00	8.000,00	Harga lebih tinggi dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
10	Lemon Manja	75.000,00	52.000,00	23.000,00	Harga lebih tinggi dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
	<b>Rata-Rata Harga Pasar</b>	<b>55.000,00</b>			

Sumber: Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan data di atas dapat dilihat ada 7 merek Sari Lemon yang memiliki harga lebih tinggi dari UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor dan ada 3 merek yang memiliki harga lebih rendah dari *Ten Kitchen* Kota Bogor.

Tabel 4. 14 Perbandingan Harga Sari Jeruk Nipis Pesaing dengan *Ten Kitchen* Kota Bogor

No	Nama Produk	Harga Pesaing (Rp/Botol)	Harga <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor (Rp/Botol)	Selisih Harga (Rupiah)	Keterangan
1	Lumbung Bhumi	26.400,00	35.000,00	8.600,00	Harga lebih rendah dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
2	Phanda Jeruk Nipis	21.000,00	35.000,00	14.000,00	Harga lebih rendah dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
3	Sari Jeruk Nipis	35.000,00	35.000,00	-	Harga sama dengan <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
4	Leaf Lime	32.000,00	35.000,00	3.000,00	Harga lebih rendah dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
5	C-Nipis	35.000,00	35.000,00	-	Harga sama dengan <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
6	Alea	40.000,00	35.000,00	5.000,00	Harga lebih tinggi dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
7	Sari Jeruk Nipis	55.000,00	35.000,00	20.000,00	Harga lebih tinggi dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
8	Jeruk Nipis Peras	55.000,00	35.000,00	20.000,00	Harga lebih tinggi dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
9	Original Lime Fresh	40.000,00	35.000,00	5.000,00	Harga lebih tinggi dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
10	Fresh Lime Super	43.000,00	35.000,00	8.000,00	Harga lebih tinggi dari <i>Ten Kitchen</i> Kota Bogor
	Rata-Rata Harga Pasar	<b>40.000,00</b>			

Sumber: Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan data di atas dapat dilihat ada 1 merek Sari jeruk nipis yang memiliki harga lebih rendah dari UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor dan ada 7 merek yang memiliki harga lebih tinggi dari *Ten Kitchen* Kota Bogor dan ada dua merek yang memiliki harga yang sama dengan *Ten Kitchen* Kota Bogor.

Berikut adalah perhitungan *target costing* apabila perusahaan menginginkan laba kotor 60% dari harga pasar berdasarkan harga jual pasar yang disesuaikan per botol yaitu Rp55.000,00 untuk harga Sari Lemon, dan 40.000,00/botol untuk Sari Jeruk Nipis. maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

Perhitungan laba kotor yang diinginkan perusahaan berdasarkan harga pasar untuk Sari Lemon (Rp)

$$= 60\% \times \text{Rp}55.000,00$$

$$= 60/100 \times \text{Rp}55.000,00$$

$$= \text{Rp}33.000,00/ \text{Botol untuk Sari Lemon}$$

Perhitungan laba kotor yang diinginkan perusahaan berdasarkan harga pasar untuk Sari Lemon (Rp)

$$= 60\% \times 40.000,00$$

$$= 60/100 \times 40.000,00$$

$$= \text{Rp}24.000,00/ \text{Botol untuk Fresh Lime}$$

3. Menghitung target biaya/*target costing* pada harga pasar dikurangi laba kotor yang diinginkan.

Tahap ketiga metode ini adalah menentukan biaya berdasarkan target perhitungan harga kompetitif dikurangi dengan laba kotor yang diinginkan. Berikut ini adalah perhitungan biaya produksi untuk setiap produk Sari Lemon dan Fresh Lime:

Perhitungan target biaya untuk setiap unit produksi Sari Lemon yang akan dicapai dengan *Target costing* (Rp)

$$= \text{Taksiran Harga Jual-laba yang diinginkan}$$

$$= \text{Rp}55.000,00 - \text{Rp}33.000,00$$

$$= \text{Rp}22.000,00/ \text{Botol ( 350 ml )}$$

Perhitungan target biaya untuk setiap unit produksi Sari Lemon yang akan dicapai dengan *Target costing* (Rp)

$$= \text{Taksiran Harga Jual-laba yang diinginkan}$$

$$= \text{Rp}40.000,00 - \text{Rp}24.000,00$$

$$= \text{Rp}16.000,00/ \text{botol (350 ml)}$$

Berdasarkan perhitungan *target costing* dengan melakukan efisiensi maka biaya yang dikeluarkan sebesar Rp22.000,00/botol untuk Sari Lemon dan Rp16.000,00/botol untuk *Fresh Lime*. Dalam upaya untuk mencapai efisiensi biaya.

4. Metode pengurangan biaya dalam *target costing* untuk mengidentifikasi cara-cara untuk menghemat biaya produk.

Cara untuk mencapai biaya berdasarkan target hal yang paling utama yang perlu diperhatikan adalah kualitas dan keunggulan yang ditawarkan. Untuk mencapai *target costing* yang telah dihitung di langkah awal penerapan, maka penulis menawarkan adanya pengurangan biaya produksi tanpa mengurangi nilai dan kualitas dari produk. Pengurangan biaya produksi akan dilakukan menggunakan metode pengurangan biaya dalam *target costing* yaitu dengan melakukan perubahan pemasok bahan baku. sehingga biaya produksi akan lebih efisien tanpa harus mengurangi kualitas dari produk. Berikut ini analisis beberapa unsur-unsur biaya produksi yang dilakukan untuk melakukan efisiensi terhadap biaya produksi:

a) Bahan Baku Lemon dan Jeruk Nipis

Penulis telah melakukan survei ke beberapa petani dan pemasok lain untuk mengetahui harga Lemon dan jeruk Nipis. Penulis menawarkan adanya penggantian pemasok untuk mendapatkan harga Lemon dan Jeruk Nipis yang lebih murah namun tetap dengan kualitas yang baik. Lemon yang sama dan sesuai dengan kriteria UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor. Harga bahan baku yang digunakan UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor selama ini Rp20.000/kg untuk Lemon dan Jeruk Nipis Rp13.000/Kg pada tahun 2021, sedangkan penulis menemukan harga yang berbeda yaitu Rp16.000,00/kg untuk Lemon dan Jeruk Nipis Rp 10.000/Kg harga ini didapat dari petani yang berada di kawasan Ciapus.

Adanya perbedaan harga tersebut memiliki selisih Rp4.000/kg untuk Lemon dan 3.000/kg untuk Jeruk Nipis. Jika dilihat dari selisihnya harga tersebut sangat signifikan, apalagi dengan kuantitas yang banyak, maka selisih tersebut akan sangat dirasakan oleh UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor. Maka dalam perhitungan pemakaian bahan baku jeruk Lemon dan Jeruk Nipis dapat diperoleh biaya yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 15 Perbandingan Biaya Bahan Baku Sari Lemon dan Fresh Lime

Jenis Produk	Pemakaian bahan baku menurut Perusahaan	Pemakaian bahan baku setelah <i>Target costing</i>
Sari Lemon	3.850 kg x Rp 20.000 = Rp77.000.000,00	3.850 kg x Rp 16.000,00 = Rp 61.600.000,00
Fresh Lime	1.700 kg x Rp 13.000 = Rp22.100.000,00	1.700 kg x Rp 10.000 = Rp 17.000.000,00

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Dengan adanya penggantian pemasok pada bahan baku utama yaitu Lemon dan Jeruk Nipis, biaya bahan baku yang dikeluarkan menjadi Rp61.600.000,00 untuk produksi Sari Lemon dan 17.000.000,00 untuk *Fresh Lime*. Kualitas Sari Lemon dan Sari Jeruk Nipis yang akan diproduksi tidak akan berkurang, tetapi biaya pemakaian bahan baku akan berkurang Rp15.400.000,00 dari (Rp77.000.000 - Rp61.600.000,00) untuk Sari Lemon dan akan berkurang Rp5.100.000 dari (Rp22.100.000– Rp17.000.000) untuk produksi *Fresh Lime*.

#### 4.2.3 Perbandingan Perhitungan Biaya Produksi Perusahaan dengan Perhitungan Biaya Produksi Menurut *Target costing*

Berikut adalah perhitungan biaya produksi perusahaan (*tradisional costing*) dengan perhitungan biaya produksi menurut *target costing* adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Perbandingan Perhitungan Sari Lemon dengan *Tradisional Costing* dan *Target costing*

Uraian	Biaya menurut Perusahaan (Rp)	Biaya Menurut <i>Target Costing</i>	
		<i>Target costing</i> (Rp)	<i>Cost</i> yang dapat dicapai (Rp)
A. Biaya Produksi			
1. Biaya bahan baku	77.000.000		61.600.000,00
2. Biaya upah pegawai	9.750.000		9.750.000
3. Biaya <i>overhead</i> pabrik	13.472.966,50		13.472.966,50
Jumlah Biaya Produksi (1+2+3)	<b>100.222.967</b>		<b>84.822.966,50</b>
Jumlah produksi kg	3.742		3.742
<b>Jumlah Biaya Produksi</b>	<b>26.783,26</b>	<b>22.000,00</b>	<b>22.667,00</b>

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa biaya produksi berdasarkan perhitungan perusahaan adalah sebesar Rp26.783/botol dengan harga jual Rp52.000/Botol sehingga laba yang diperoleh oleh perusahaan sebesar ( Rp52.000 – Rp26.783,00 = Rp25.217,00/ Botol). Diketahui pada awal penetapan *target costing*, biaya target yang akan dicapai perusahaan Rp22.000,00/Botol adalah sehingga laba yang diperoleh Rp33.000,00/botol. Berdasarkan *cost* yang dapat dicapai, biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi 1 botol Sari Lemon adalah Rp22.667,00/Botol, sehingga apabila perusahaan menjual 1 botol produk dengan harga Rp55.000,00/Botol maka akan diperoleh laba kotor sebesar Rp32.332,18/Botol diperoleh dari (Rp55.000,00-Rp22.667,00) atau 59% dari harga jual dengan perhitungan (Rp32.332,18/55.000,00 x100%). Perhitungan penghematan biaya produksi tahun 2021 menurut *target costing* juga disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 17 Perhitungan Penghematan Biaya Produksi

Uraian	Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Biaya Setelah dilakukan Efisiensi (Rp)	Penghematan Biaya (Rp)
A. Biaya Produksi:			
1. Biaya bahan baku	77.000.000	61.600.000,00	15.400.000,00
2. Biaya tenaga kerja langsung	9.750.000	9.750.000	-
3. Biaya <i>overhead</i> pabrik	13.472.966,50	13.472.966,50	-
<b>Jumlah Biaya Produksi (1+2+3)</b>	<b>100.223.000</b>	<b>84.822.966,50</b>	<b>15.400.000,00</b>
<b>Jumlah Produksi (Botol)</b>	3.742	3.742	3.742
<b>Total biaya per botol</b>	<b>26.783,52</b>		<b>4.115,45</b>

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan dapat menghemat biaya produksi sebesar Rp15.400.000,00 atau Rp4.115,45 per botol untuk pembuatan Sari Lemon dengan adanya perubahan distributor atau pemasok maka biaya yang dikeluarkan akan lebih kecil dari pada biaya produksi sebelumnya dan lebih efisien dalam pengalokasian biaya dengan tetap mempertahankan kualitas produk yang sudah ada.

Tabel 4. 18 Perbandingan Perhitungan *Tradisional Costing* dan *Target costing*

Uraian	Biaya menurut Perusahaan (Rp)	Biaya Menurut <i>Target Costing</i>	
		<i>Target costing</i> (Rp)	<i>Cost</i> yang dapat dicapai (Rp)
A. Biaya Produksi			
1. Biaya bahan baku	22.100.000		17.000.000
2. Biaya TKL	9.750.000		9.750.000
3. Biaya <i>overhead</i> pabrik	13.472.966,50		13.472.966,50
<b>Jumlah Biaya Produksi (1+2+3)</b>	<b>45.322.967,00</b>		<b>40.222.967,00</b>
Jumlah produksi	2.136		2.136
<b>Jumlah biaya produksi per botol</b>	<b>22.096,43</b>	<b>16.000,00</b>	<b>18.830,00</b>

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa biaya produksi *Fresh Lime* berdasarkan perhitungan perusahaan adalah Rp22.096,43/botol dengan harga jual Rp35.000/Botol sehingga laba yang diperoleh oleh perusahaan sebesar (Rp35.000 – Rp22.096,43 = Rp12.903,57/Botol). Diketahui pada awal penetapan *target costing*, biaya target yang akan dicapai perusahaan Rp 16.000,00/Botol sehingga laba yang diperoleh Rp24.000,00/botol. Berdasarkan *cost* yang dapat dicapai, biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi 1 botol *Fresh Lime* adalah Rp18.830,00/Botol, sehingga apabila perusahaan menjual 1 botol produk dengan harga Rp40.000,00/Botol maka akan diperoleh laba kotor sebesar Rp21.169,02/Botol diperoleh dari (Rp40.000,00 – Rp18.830,00 = Rp21.169,02) atau 53% dari harga jual dengan perhitungan (Rp21.169,02/40.000,00 x 100%). Perhitungan penghematan biaya produksi *fresh lime* tahun 2021 menurut *target costing* juga disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 19 Perhitungan Penghematan Biaya Produksi

Uraian	Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Biaya Setelah dilakukan Efisiensi (Rp)	Penghematan Biaya (Rp)
A. Biaya Produksi:			
1. Biaya bahan baku	22.100.000	17.000.000	5.100.000,00
2. Biaya tenaga kerja langsung	9.750.000	9.750.000	
3. Biaya <i>overhead</i> pabrik	13.472.966,50	13.472.966,50	
<b>Jumlah Biaya Produksi (1+2+3)</b>	<b>45.322.967,00</b>	<b>40.222.967,00</b>	<b>5.100.000,00</b>
<b>Jumlah Produksi (Botol)</b>	2.136	2.136	2.136
<b>Total biaya per botol</b>	<b>22.096,43</b>	<b>19.626,85</b>	<b>2.387,64</b>

Sumber: Data Sekunder, diolah 2022

Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan dapat menghemat biaya produksi sebesar Rp5.100.000,00 atau Rp2.387,64 per botol untuk pembuatan *fresh lime* dengan adanya perubahan distributor atau pemasok maka biaya yang dikeluarkan akan lebih kecil daripada biaya produksi sebelumnya dan lebih efisien dalam pengalokasian biaya dengan tetap mempertahankan kualitas produk yang sudah ada.

Kalkulasi biaya-biaya pada sub-bab sebelumnya merupakan gambaran atau deskripsi dari penerapan metode *target costing* sebagai alternatif yang penulis kepada perusahaan agar dapat menekan biaya produksinya guna mendapatkan keuntungan sesuai dengan target laba yang diinginkan perusahaan, jika perusahaan ingin mendapatkan keuntungan maksimum perusahaan perlu mengaplikasikan metode tersebut, namun semua keputusan adalah hak dari kepala perusahaan untuk menerapkan metode apa yang harus digunakannya agar perusahaan dapat mendapatkan keuntungan yang maksimal

Hasil penelitian *target costing* merupakan alternatif yang baik dalam upaya menurunkan atau menekan biaya sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gerungan (2017) Hasil penelitian perbandingan total biaya yang dikeluarkan oleh pemilik usaha, menurut pemilik usaha dengan menurut *target costing*, diketahui lebih efisien menggunakan *target costing*, dimana dengan

menggunakan *target costing* pemilik usaha dapat memperoleh penghematan biaya tahun 2011 sebesar 18,21 %, dan tahun 2012 sebesar 2,70 %. Hasil penelitian selanjutnya dilakukan oleh Wusyang (2019) Hasil penelitian yaitu perhitungan *target costing* pada UD. JJ Bakery bahwa ada efisiensi ketika pemilik usaha sebelum menggunakan metode *target costing* laba kotor sebesar Rp 230.128.704 dengan menggunakan metode *target costing* laba kotor menjadi meningkat sebesar Rp234.601.536. Jadi, selisih peningkatan laba kotor adalah sebesar Rp4.472.832. Saran sebaiknya pemilik usaha harus menerapkan metode *target costing* karena dengan menggunakan metode *target costing* laba kotor yang diharapkan lebih efisien.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang sudah dibahas pada bab-bab sebelumnya, berikut adalah hasil simpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang akan menjawab rumusan dan tujuan masalah:

#### 5.1 Simpulan

1. Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan dengan menggunakan *traditional costing* (perhitungan yang dilakukan perusahaan) diperoleh informasi bahwa , biaya bahan baku yang dikeluarkan untuk memproduksi produk Sari Lemon ukuran 350 ml Rp 26.783,00/ Botol dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan sebesar Rp 25.217,00/ Botol dengan harga jual Rp 52.000/Botol dan biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi *Fresh Lime* ukuran 350 ml adalah Rp 22.096,43/ Botol dengan keuntungan yang akan diperoleh sebesar Rp 12.903,57/Botol dengan harga jual Rp 35.000/Botol.
2. Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan, menunjukkan bahwa biaya produksi berdasarkan *target costing* untuk produk Sari Lemon ukuran 350 ml adalah sebesar Rp22.000,00 dengan harga jual mengikuti harga pasar adalah sebesar Rp55.000,00/Botol dengan keuntungan yang akan diperoleh sebesar Rp 33.000,00/Botol, keuntungan yang diperoleh lebih besar dan biaya produksi lebih rendah jika menggunakan *target costing* pada produksi Sari Lemon ukuran 350 ml. Selanjutnya adalah perhitungan untuk produksi *Fresh Lime* menggunakan *target costing* diperoleh target biaya produksi adalah sebesar Rp 16.000,00/Botol dengan harga jual mengikuti harga pasar yaitu sebesar Rp40.000.00/Botol dengan keuntungan yang akan diperoleh sebesar Rp24.000,00/Botol.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan pendekatan perhitungan menurut perusahaan dan *target costing* pada produksi sari lemon dan *fresh lime* menunjukkan bahwa efisiensi biaya dapat dicapai jika perusahaan dapat menurunkan biaya produksi dan menaikkan harga jual sesuai harga jual yang beredar dipasaran.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Sebelum menentukan harga jual produk Sari Lemon dan *Fresh Lime* sebaiknya pemilik UMKM melakukan survey harga pesaing terlebih dahulu, mengumpulkan informasi lebih banyak untuk mengetahui rata-rata harga jual pesaing khususnya di Kota Bogor dan sekitarnya yang menjadi target pasar penjualan berdasarkan lokasi usaha.
2. Saran selanjutnya adalah untuk mencapai efisiensi biaya produksi di UMKM *Ten Kitchen* Kota Bogor harus merubah pemasok bahan baku utama yaitu lemon dan jeruk nipis kepada petani atau penjual yang memiliki harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda Shinta Juliani (2019). *Pendekatan Target costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT Prima Sejati Perkasa Divisi Injection*. Jurnal [Online] Volume
- Azmi, H. (2021). Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Metode *Target costing* Dalam Upaya Optimalisasi Laba (Studi Kasus Pada Ud Industri Cahaya Baru). Jurnal [online] Journal of Accounting, Finance and Auditing Vol. 3 No. 2 (2021), pp 1-10 Tersedia di <https://jurnal.uts.ac.id> [Diakses Pada 30 April 2022].
- Batari. Anggun. (2020). *Analisis Penerapan Target costing Untuk Mengurangi Biaya Produksi Dalam Mengoptimalkan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Ud. Karunia Jaya Mandiri)*. Skripsi: Jakarta: <http://repository.ubharajaya.ac.id>.
- Gerungan. P. (2017). Pendekatan *Target costing* Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada Pt. Tropica Cocoprime. Jurnal [online] Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 863-870 Tersedia di <https://media.neliti.com/media/publications/1706-ID-pendekatan-target-costing-sebagai-alat-penilaian-efisiensi-produksi-pada-pt-trop.pdf> [Diakses Pada 30 April 2022].
- Krismanji dan Y Anni Aryani (2016). Akuntansi Manajemen Edisi 3:Yogyakarta : STIM YKPN 2014.
- Kusumadewi, Fransiska. (2017). ANALISIS PENDEKATAN *TARGET COSTING* SEBAGAI ALAT UNTUK MELAKUKAN EFISIENSI PRODUKSI Studi Kasus pada *Ten Kitchen* Kota Bogor Lampung. Yogyakarta: Skripsi UNIVERSITAS SANATA DHARMA.
- Lesamana, Yogi. (2020). Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Metode *Target costing* dalam Meningkatkan Laba. [online] Volume 2, Nomor 1, Desember 2020 Hal. 346-359. Sukabumi. Tersedia di <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/BUDGETING/article/view/1761/1025>. [Diakses 17 November 2022].
- Lestari, Widya. (2017). *Analisis Penerapan Target costing Untuk Pengendalian Biaya Service ( Studi Kasus Pada Cv. Mahakam Jaya Safety )*. [online] Hal 1-15. Samarinda: Tersedia di <http://ejurnal.untagsmd.ac.id/index.php/EKM/article/view/2574/pdf>. [Diakses Pada 17 November 2022].
- Mulyadi. (2016). Akuntansi Manajemen Konsep Manfaat dan Rekayasa Edisi 3.Jakarta : Salemba Empat.
- Nurul Ikhsan Arifin (2016). Analisis *Target costing* Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery.

[Online] Vol 16, No 3 (2016) Hal. 1-16. Tersedia di <https://ejournal.unsrat.ac.id>. [Diakses Pada 17 November 2022].

- Pangkey, Yunike Elisabeth. (2021). Analisis Penerapan *Target costing* Dan Sistem Perhitungan Biaya Full Costing Sebagai Alat Bantu Manajemen Untuk Pengendalian Biaya Produksi Pada Ud. Mars Telur. Jurnal University of De La Salle Manado. Tersedia di <https://digilib.unikadelasalle.ac.id>. [Diakses Pada 17 November 2022].
- Putri, Lilla Anugerah .(2020). Penerapan *Target costing* Dalam Upaya Mengendalikan Biaya Untuk Pencapaian Target Laba (Studi Kasus Pada Berlian Bakery Kademanagan - Bondowoso). [online] Hal.1-8. Jember: Tersedia di <http://repository.unmuhjember.ac.id/4765/20/J.%20JURNAL.pdf>. Diakses 17 November 2022].
- Raudatul Firdaus (2018). *Analisis Pendekatan Target costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Pada Pt. Tasindo Central Perkasa (Tas Koper)*. Jurnal [online] Volume No.3 Nomor 1 Tersedia di <https://karyailmiah.unisba.ac.id>. [Diakses Pada 30 April 2022].
- Supriyadi, Heri. (2013). *Penerapan Target costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Usaha Dagang Eko Kusen)*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Diakses 17 November 2022].
- Tamara dan Muanas (2014). *Pendekatan Target costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor*. Jurnal [online] Volume. 02 Nomor 01 Tersedia di <https://jurnal.ibik.ac.id>. Diakses Pada 30 April 2022].
- Titin (2016). Analisa Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Dengan Menggunakan Metode *Target costing* (Study Kasus Pada Pengrajin Batik Sendang Paciran Lamongan. Jurnal [online] Volume II No. 2, Juni 2016 Tersedia di Volume II No. 2, Juni 2016 Tersedia di <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id> Diakses Pada 30 April 2022].
- Wuysang, C.C.(2019). Pendekatan *Target costing* Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Ud. Jj Bakery. Jurnal [online] Vol.7 No.3 Juli 2019, Hal. 3538 – 3557 Tersedia di <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/24751/24462> [Diakses Pada 30 April 2022].

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Nur Hildayanti  
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 07 Maret 2000  
Alamat : Jalan Hegarmanah 1, Gunung Batu, Bogor Jawa Barat  
Agama : Islam  
Usia : 22 Tahun  
Riwayat Pendidikan  
SD : SDIT Insantama Bogor  
SMP : SMP IT Insantama  
SMA : MAN 1 Kota Bogor  
Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, 16 Oktober 2022

Annisa Nur Hildayanti

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian

Bogor, 14 Oktober 2022

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rio J Rivedasaria

Jabatan : Pemilik Usaha

Alamat : Taman Yasmin, Jl Wijayakusuma Raya no. 65 Kel Glendek Bkt. Kec Bogor Barat, Kota Bogor 16112

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Anissa Nur Hidayati

NPM : 022118026

Judul Penelitian: Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Produksi Pada UMKM Ten Kitchen

Alamat : Jalan Hegarmanah 1, Gunung Batu Kota Bogor, Jawa Barat

Mahasiswa Universitas Pakuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi tersebut, benar-benar telah melakukan penelitian di UMKM Ten Kitchen selama satu bulan sehitung Bulan April 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Saya



Rio J Rivedasaria  
Pemilik Ten Kitchen

## Lampiran 2 Lembar Persetujuan Sidang

**LEMBAR PERSETUJUAN  
UJIAN SIDANG SKRIPSI**

Selaku Ketua Komisi dan Anggota Komisi telah melakukan bimbingan skripsi mulai tanggal: / / dan berakhir tanggal: / /

Dengan ini menyatakan bahwa,

Nama : Annisa Nur Hidayanti (LP\*)  
 NPM : 022118026  
 Program Studi : Akuntansi  
 Mata Kuliah : Akuntansi Manajemen  
 Ketua Komisi : Ahmad Burhanudin Taufiq, Ak., CA, ME  
 Anggota Komisi : Dessy Herlisawati, SE., M.Si., CAP  
 Judul Skripsi : **PENDEKATAN TARGET COSTING SEBAGAI ALAT  
UNTUK MELAKUKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI  
PADA UMKM TEN KITCHEN KOTA BOGOR**

Menyetujui bahwa nama tersebut di atas dapat disertakan mengikuti ujian sidang skripsi dan komprehensif yang dilaksanakan oleh pimpinan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Paikun.

Disetujui,



Ketua Komisi Pembimbing  
(Ahmad Burhanudin Taufiq, Ak., CA, ME)



Anggota Komisi Pembimbing  
(Dessy Herlisawati, SE., M.Si., CAP)

Diketahui,



Ketua Program Studi  
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA, CMA,  
CCSA, CA, CSEF, QIA)

Lampiran 3 Foto Produk



Lampiran 4 Dokumentasi Proses Produksi di *Ten Kitchen*



