



**ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI (STUDI
KASUS PADA CV.TARUNA BOGOR PERIODE 2020)**

SKRIPSI

Dibuat Oleh:

Muhamad Yusuf Saefullah

022118260

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

NOVEMBER 2022



**ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI (STUDI
KASUS PADA CV.TARUNA BOGOR PERIODE 2020)**

Skripsi

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

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko, Ak.,M.M.,CA)



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

**ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI (STUDI
KASUS PADA CV.TARUNA BOGOR PERIODE 2020)**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari Jumat, 25 November 2022

Muhamad Yusuf Saefullah

022118260

Disetujui,

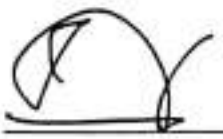
Ketua Penguji Sidang

(Dr. Siti Maimunah, S.E., M.Si., CPSP.,CPMP.,CAP)



Ketua Komisi Pembimbing

(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak.,M.M.,CA)



Anggota Komisi Pembimbing

(Amelia Rahmi, S.E., M.Ak., AWP)



PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhamad Yusuf Saefullah

NPM : 022118260

Judul Skripsi : Analisis Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi (Studi Kasus Pada CV. Taruna Bogor Periode 2020)

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi diatas 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 Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, September 2022



Muhamad Yusuf Saefullah
022118260

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun
2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

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

ABSTRAK

MUHAMAD YUSUF SAEFULLAH. 022118260. Analisis Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi (Studi Kasus Pada CV. Taruna Bogor Periode 2020). Dibawah bimbingan YOHANES INDRAYONO dan AMELIA RAHMI. 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk membantu perusahaan dalam menerapkan metode target costing sebagai alat bantu akuntansi manajemen dalam upaya menekan biaya produksi. Metode target costing adalah metode yang efektif dalam upaya pengurangan biaya produksi melalui pengevaluasian terhadap nilai produk (*value engineering*) dalam mempertahankan kepuasan yang diperoleh konsumen. Dengan mendesain ulang biaya-biaya, maka perusahaan dapat meraih keuntungan atau laba maksimal dari harga jual per unit produk. Dan juga bisa melakukan penghematan biaya-biaya sebelum produk akan diproduksi.

Penelitian ini membuktikan bahwa penerapan target costing merupakan upaya alternatif yang baik untuk memaksimalkan laba yang ditargetkan oleh perusahaan dengan cara menekan biaya-biaya produksi yang terjadi selama proses desain produk.

Berdasarkan hasil analisis perhitungan *target costing* menunjukkan adanya efisiensi biaya produksi yang sebelumnya sebesar Rp. 1.736.938.080. Dengan metode *target costing* biaya produksi tersebut dapat diefisiensikan menjadi sebesar Rp. 1.656.497.520.

Kata Kunci : *Target Costing*, Biaya Produksi, Efisiensi Biaya Produksi

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan semaksimal mungkin. Penulisan proposal penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar (S1) Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

Adapun judul proposal penelitian yang penulis jadikan topik dalam penulisan proposal penelitian ini adalah “ **Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi (Studi Kasus Pada CV.Taruna Bogor periode 2020)**”.

Dalam penyusunan proposal penelitian ini penulis mendapat banyak dukungan, bantuan, dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan segala berkah, nikmat, kemudahan, serta kelancaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.
2. Kedua orang tua terbaik yang Allah SWT berikan kepada penulis yang selalu mendoakan anaknya agar cepat lulus, dan selalu memberikan dukungan baik moril materil.
3. Bapak Prof. Dr. Rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Pakuan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar dan mengembangkan diri di Universitas Pakuan.
4. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. Selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
5. Ibu Dr. Retno Martanti Endah Lestari, S.E., M.Si., CMA., CAPM., CAP dan Ibu Enok Rasmanah, S.E., M.Acc selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
6. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA., CFE., CGCE. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
7. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., M.M., C.A. Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang senantiasa banyak memberikan bimbingan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Ibu Amelia Rahmi, S.E., M.Ak., AWP. Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membantu serta mengarahkan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Seluruh Dosen, Staff Tata Usaha, dan Staff Perpustakaan di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
10. Kepada Violetta Orchida Wardatul Hasanah, S.Pd. terima kasih telah menemani penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan.

11. Kepada Agi Fajar Cahyani, Farhan Putranto, Riandi Adam, Aldi Susanto Selaku sahabat penulis yang selalu menemani dalam keadaan susah maupun senang selama berkuliah di Universitas Pakuan Bogor.
12. Bapak Eman Sulaiman selaku pemilik CV. Taruna yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan data, saran dan masukan pada penelitian ini.
13. Teman-teman Kelas C Akuntansi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah menemani selama perkuliahan berlangsung.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, penulis berdoa untuk semua pihak yang telah membantu penulis diberikan rahmat dan balasan atas kebaikan yang telah mereka berikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan, bahasa, maupun isinya. Namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat memenuhi persyaratan yang telah ditentukan.

Bogor, 19 November 2022

Muhamad Yusuf Saefullah

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN & PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iv
LEMBAR HAK CIPTA	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.3.1 Maksud Penelitian	4
1.3.2 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.4.1 Kegunaan Praktis	5
1.4.2 Kegunaan Akademis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Akuntansi Manajemen	6
2.2 Target Costing	6
2.2.1 Konsep Target Costing	6
2.2.2 Prinsip-Prinsip Penerapan <i>Target Costing</i>	9
2.2.3 Kendala Menerapkan <i>Target Costing</i>	12
2.2.4 Asumsi Dasar Target Costing	12
2.2.5 Manfaat Target Costing	13
2.3 Efisiensi	14

2.3.1	Pengertian Efisiensi.....	14
2.4	Biaya.....	15
2.4.1	Pengertian Biaya	15
2.4.2	Klasifikasi Biaya	15
2.5	Harga Pokok Produk	18
2.6	Biaya Standar	18
2.7	Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran.....	21
2.7.1	Penelitian Sebelumnya	21
2.7.2	Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1	Jenis Penelitian	28
3.2	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	28
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian	28
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	29
3.5	Metode Pengumpulan Data	30
3.6	Metode Analisis Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Gambaran Umum CV Taruna	31
4.1.1	Sejarah dan perkembangan perusahaan	31
4.1.2	Visi dan Misi CV Taruna	31
4.1.3	Struktur Organisasi	32
4.1.4	Tujuan Perusahaan	32
4.1.5	Kegiatan Usaha	32
4.2	Perhitungan Harga Jual Menggunakan Perhitungan Perusahaan	33
4.2.1	Daftar Biaya Produksi Pada CV. Taruna	33
4.3	Penetapan Harga Pokok Produksi dan harga jual CV Taruna.....	36
4.4	Langkah-langkah <i>Target Costing</i>	37
4.4.1	Menentukan Harga Pasar	37
4.4.2	Menentukan Target Laba	38
4.4.3	Menentukan Biaya Per Produk.....	38
4.5	Penerapan Target Costing Pada CV. Taruna Bogor.....	39
4.5.1	Biaya Bahan Baku Mie Glosor Kuning	40
4.5.2	Tenaga Kerja Langsung	40
4.5.3	Biaya Overhead Pabrik	41

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	47
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	49
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Biaya Produksi Tahun 2020	3
Tabel 2.1 Penelitian sebelumnya.....	24
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	29
Tabel 4.1 Data Penjualan CV. Taruna pada Tahun 2020.....	33
Tabel 4.2 Data Pemakaian Bahan Baku Mie Glosor CV Taruna Tahun 2020	34
Tabel 4.3 Biaya Bahan Baku Per Produk Mie Glosor Kuning CV Taruna.....	34
Tabel 4.4 Biaya Gaji Karyawan CV. Taruna Tahun 2020.....	35
Tabel 4.5 Biaya Pembebanan Gaji Karyawan Mie Glosor Kuning CV. Taruna	35
Tabel 4.6 Biaya Bahan Penolong CV. Taruna Tahun 2020.....	35
Tabel 4.7 Alokasi Pembebanan Biaya Bahan Penolong CV Taruna tahun 2020	36
Tabel 4.8 HPP Per Produk Mie Glosor Kuning Menurut Perusahaan CV Taruna tahun 2020	37
Tabel 4.9 Elemen Biaya Harga Pokok Produksi Mie Glosor Kuning CV Taruna....	37
Tabel 4.10 Penjualan Mie Glosor Kuning CV. Taruna tahun 2020.....	38
Tabel 4.11 Analisis Perhitungan Biaya dan Laba Menurut CV. Taruna Tahun 2020	39
Tabel 4.12 Perhitungan Biaya dan Laba menggunakan Metode Target Costing.....	39
Tabel 4.13 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku Mie Glosor Kuning CV. Taruna Tahun 2020	40
Tabel 4.14 Peningkatan Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Langsung CV. Taruna Bogor Tahun 2020	40
Tabel 4.15 Peningkatan Efisiensi Biaya Overhead Pabrik CV. Taruna Bogor Tahun 2020	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Ilustrasi Target Costing	7
Gambar 2.2 Perbedaan Pendekatan Tradisional dan Target Costing	8
Gambar 2.3 Proses Penetapan Target Costing	9
Gambar 2.4 Proses Penetapan Target Costing Hingga Penetapan Harga	10
Gambar 2.5 Prinsip-prinsip Target Costing	11
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara	50
Lampiran 2 Proses Produksi Mi Glosor CV. Taruna	54
Lampiran 3 Laporan Produksi Harian CV. Taruna Bogor	57
Lampiran 4 Foto Bersama Pemilik CV Taruna Bogor.....	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri kecil dan menengah saat ini mengalami peningkatan. Dengan peningkatan itu dapat membantu masyarakat untuk memperoleh pekerjaan dan bisa mengurangi pengangguran di Indonesia. Kebanyakan industri kecil dan menengah membutuhkan karyawan dengan tingkat pendidikan yang tidak terlalu tinggi. Sehingga membantu masyarakat yang tidak bisa melanjutkan pendidikan untuk mendapatkan pekerjaan.

Namun semakin banyak industri kecil dan menengah membuat persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Perusahaan harus mengelola usahanya dengan baik agar tidak mengalami kebangkrutan dan dapat bersaing dengan usaha lain. Dengan banyaknya pesaing membuat perusahaan harus menerapkan strategi yang dapat mempertahankan usahanya. Perusahaan harus dapat menunjukkan kepada konsumen mengenai keunggulan produk yang mereka produksi. Produk yang diproduksi harus mempunyai keunggulan daripada produk pesaing agar dapat bersaing dan menarik konsumen.

Kebanyakan pemilik usaha kecil menengah tidak terlalu memikirkan hal seperti itu. Ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh pemilik usaha dalam menentukan strategi yang dapat bersaing. Industri kecil dan menengah juga tidak memiliki karyawan dengan pendidikan tinggi yang mengetahui berbagai cara yang harus dilakukan untuk meningkatkan keunggulan produk yang mereka produksi.

Menurut Witjaksono (2013 : 175) 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 konsumen. Seringkali terdapat sejumlah pesaing yang menjual produk yang sama dengan harga tertentu, sehingga dalam menentukan harga jual produk harus menyesuaikan dengan harga pesaing. Harga jual juga seringkali ditentukan oleh pasar, maka harga pasar digunakan untuk menentukan target biaya.

Menurut Salman (2013 : 27) biaya produksi adalah sejumlah pengorbanan ekonomis yang harus dikorbankan untuk memproduksi suatu barang. Biaya produksi juga merupakan biaya yang digunakan dalam mengubah bahan baku menjadi barang jadi. Pada perusahaan manufaktur, biaya produksi dapat dibedakan menjadi biaya utama dan biaya konversi. Biaya utama terdiri dari bahan langsung dan upah langsung. Sedangkan biaya konversi terdiri dari upah tidak langsung dan biaya tidak langsung. Biaya produksi ini juga biasanya terdiri dari tiga unsur yaitu bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik. Dimana bahan baku langsung adalah

semua bahan baku yang membentuk bagian integral dan produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu, sedangkan overhead pabrik merupakan semua biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke output tertentu. Biaya produksi ini juga merupakan unsur penting dalam perhitungan harga pokok produksi.

Oleh karena itu bagi perusahaan manufaktur, biaya produksi merupakan faktor penting dalam berhasil atau tidaknya perusahaan ditinjau dari segi finansial. Biaya produksi ini merupakan pos biaya yang besar dibanding dengan pos biaya lainnya. Jadi tujuan utama dalam pengendalian biaya produksi adalah untuk dapat mempergunakan sumber-sumber ekonomi untuk berproduksi secara efektif, sehingga tidak terjadi pemborosan biaya dalam melakukan produksi (Mulyadi, 2014 : 8).

Umumnya perusahaan beroperasi dengan mengembangkan dan memproduksi barang atau jasa terlebih dahulu. Kemudian mulai menghitung biaya yang dikeluarkan untuk jenis produksi tersebut dan menetapkan harga jual bagi produknya, setelah itu produk siap dipasarkan. Namun dalam metode target costing, proses yang terjadi justru sebaliknya. *Target costing* mempertimbangkan seluruh biaya produk atau jasa dalam siklus hidup produk dan bertujuan untuk menurunkan biaya total sebuah produk atau jasa. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan menerapkan *target costing* adalah untuk menurunkan total biaya dari total biaya sebelumnya sehingga perusahaan pun bisa mendapatkan laba yang maksimal tanpa harus menaikkan harga jualnya (Supriyono, 2013 : 16).

Menurut Witjaksono (2013 : 176) Konsep *target costing* sangat sesuai sejalan dengan meningkatnya persaingan serta tingkat penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan, maka kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. Untuk itulah diperlukan target costing untuk mencapai tujuan perusahaan dalam rangka pengurangan biaya (*cost reduction*), yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif.

Sebagai salah satu manajemen inovasi, penerapan *target costing* dalam suatu perusahaan juga harus memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan keberhasilan implementasi dari adanya inovasi tersebut. Pada saat target costing mulai diambil dan diimplementasikan oleh operasi bisnis organisasi didalam lingkungan bisnis yang lain maka dapat diasumsikan bahwa suatu hal yang baru tentang pendekatan tersebut dapat dipelajari dengan memperhatikan apa yang sedang terjadi dengan konteks bisnis lainnya.

Menurut Witjaksono (2013 :179) Filosofi target costing mengharuskan manajemen biaya yang agresif terjadi pada tahap perencanaan, tahap desain produk,

dan tahap produksi. Target costing didorong oleh analisis pasar dan analisis pesaing. Dengan merancang biaya yang rendah, perusahaan akan mengefisiensikan biaya.

Menurut Mulyadi (2014 : 65) Terkait target costing dengan pengendalian biaya produksi merupakan salah satu bagian dari langkah-langkah intern yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan efisiensi. Pengendalian biaya terutama harus diselaraskan terhadap tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah memaksimalkan target costing, oleh karena itu dengan mengendalikan biaya produksi perusahaan berharap dapat mencapai target costing yang telah direncanakan sebelum perusahaan melakukan proses produksi.

Tabel 1.1 Data Biaya Produksi Tahun 2020

BIAYA PRODUKSI	HARGA
BAHAN BAKU	
Sagu Aren	Rp. 7.000 Kg
Pewarna Makanan	Rp. 580.000/ Kg
Minyak Kacang	Rp. 20.000/ Kg
BIAYA TENAGA KERJA	
Produksi	Rp. 3.000.000/bln
Pemasaran	Rp. 2.500.000/bln
Distribusi	Rp. 3.000.000/bln
BIAYA OVERHEAD PABRIK	
Karung	Rp. 1.600/ unit
Plastik	Rp. 1.200/ unit
Tawas	Rp. 11.000/ Kg
BBM Solar DEX	Rp. 5.150/Liter

(Sumber : Data CV. Taruna Bogor)

Dilihat pada tabel 1.1 data harga biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik pada tahun 2020 terjadi kenaikan harga pada beberapa bahan produksi dibanding dengan tahun-tahun sebelumnya. Hal itu yang menyebabkan biaya produksi setiap tahunnya naik sehingga laba yang diharapkan oleh CV.Taruna tidak konsisten.

Beberapa peneliti pernah melakukan penelitian tentang penerapan target costing, diantaranya Fransiska Kusumadewi (2017) dengan judul Analisis Pendekatan *Target Costing* Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Biaya Produksi Studi Kasus Pada Ashka Jaya Lampung. Tujuannya untuk membandingkan sistem pengendalian biaya selama ini digunakan oleh perusahaan dengan metode target costing. Metode yang digunakan yaitu analisis kuantitatif komparatif. Berdasarkan hasil analisisnya yaitu perhitungan *target costing* menunjukkan bahwa ada efisiensi biaya, efisiensi tersebut merupakan perbedaan antara perhitungan *target costing* dan perhitungan perusahaan.

Lain halnya pada penelitian yang dilakukan oleh Dedy Akbar Herianto (2020) dengan judul Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Studi Kasus Pada UD Winda Di Malino Kabupaten Gowa. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif komparatif. Hasil penelitiannya yaitu menunjukkan bahwa penerapan target costing pada UD Winda lebih efisien dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini.

Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan menerapkan target costing adalah untuk menentukan harga pokok produk sesuai dengan yang diinginkan sebagai dasar penetapan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan oleh perusahaan. hal ini sangat baik untuk diterapkan oleh perusahaan agar perusahaan dapat mengelola biaya dengan baik, dan untuk mencapai tujuan perusahaan, perusahaan membentuk sebuah tim untuk pengembangan produk yang bertanggung jawab dan merancang produk yang dapat dibuat dengan biaya yang tidak lebih besar dari target biaya yang telah dihitung oleh perusahaan, sehingga dengan menggunakan pendekatan target costing, maka diharapkan dapat dijadikan sebagai alat untuk mengefisiensikan biaya produksi mie glosor pada CV. Taruna.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi (Studi Kasus pada CV. Taruna)”.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti menyimpulkan identifikasi masalah dari penelitian ini yaitu dengan meningkatnya industri kecil dan menengah saat ini membuat persaingan semakin ketat maka dari itu pemilik usaha harus memikirkan strategi yang dapat bersaing agar perusahaan tidak mengalami kebangkrutan. Namun kurangnya pengetahuan pemilik usaha dalam memecahkan masalah tersebut membuat peneliti tertarik untuk menerapkan metode yang dapat mengefisiensikan biaya produksi untuk dapat mencapai *cost* yang diinginkan yaitu dengan metode *target costing*.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti membuat rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Apakah pendekatan *target costing* melalui efisiensi produksi dapat mencapai *cost* yang diinginkan?”.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengungkap apakah dengan metode target costing dapat mengefisiensikan biaya produksi yang terdapat pada CV. Taruna.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang ada maka penelitian ini bertujuan untuk menghitung *cost* yang diinginkan dengan pendekatan *target costing* melalui efisiensi produksi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

a. Bagi CV. Taruna

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk menyusun suatu kebijakan dan pertimbangan dalam mengefisiensikan biaya produksi.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan para pembaca maupun sebagai salah satu bahan referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya dan sebagai wacana keilmuan bagi yang lainnya.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran terkait *target costing* sebagai suatu metode untuk mengefisiensikan biaya produksi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Akuntansi Manajemen

Menurut Hadri Kusuma dan Zulkifli (2013) akuntansi manajemen berhubungan dengan penyediaan informasi keuangan kepada manajer (pihak intern organisasi yang bertanggung jawab memimpin serta mengembalikan operasional organisasi). Dalam rangka mengkaji akuntansi manajemen, terlebih dahulu harus dipahami proses manajemen dan organisasi tempat manajer bekerja serta keterkaitan dengan akuntansi manajemen.

Menurut Mulyadi (2014) akuntansi manajemen suatu serangkaian kegiatan yang diarahkan langsung pengguna sumber daya organisasi secara efektif dan efisiensi untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah Abdullah (2012:6) akuntansi manajemen merupakan bidang akuntansi yang berhubungan dengan pelaporan keuangan untuk pengguna internal yang merupakan pihak yang mempunyai banyak kepentingan dengan sistem akuntansi dan informasi akuntansi yang dihasilkan dan juga pihak yang diberi tanggung jawab yaitu melaksanakan kegiatan perusahaan.

Menurut Hansen dan Mowen (2013 : 7) akuntansi manajemen mengidentifikasi, mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasi, dan melaporkan informasi yang bermanfaat bagi pengguna internal dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa akuntansi manajemen adalah sistem akuntansi yang meliputi proses identifikasi, mengukur, mengakumulasi, menyiapkan, menganalisis, menginterpretasikan dan mengkomunikasikan kejadian ekonomi yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan suatu perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan dan penilaian kinerja organisasi.

2.2 Target Costing

2.2.1 Konsep Target Costing

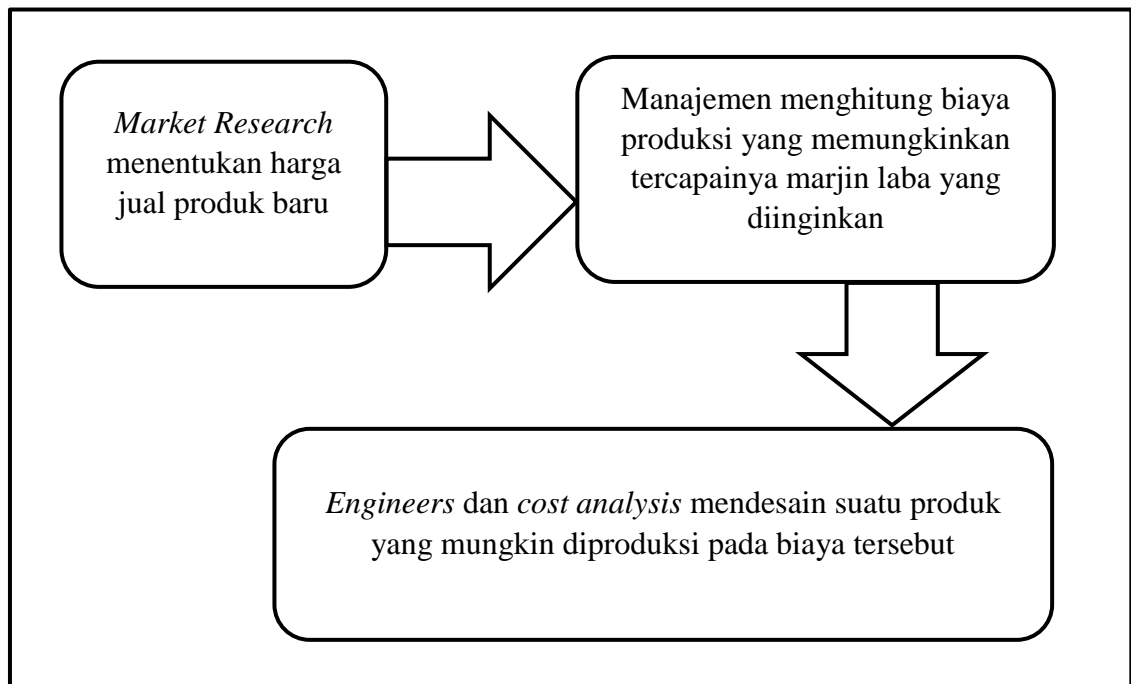
Menurut Salman (2016 : 227) target costing adalah sistem perencanaan laba dan manajemen biaya. Sedangkan menurut Supriyono (2012 : 152) target costing adalah sistem untuk mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap pengembangan dan perencanaan produk model baru tertentu, perubahan model secara penuh atau perubahan model minor.

Menurut Garrison et.al (2013 : L-10) perhitungan biaya target (*target costing*) adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan untuk suatu produk

baru dan kemudian mengembangkan sebuah contoh yang dapat dibuat dengan menguntungkan berdasarkan angka biaya target maksimum tersebut.

Dalam metode *target costing* perusahaan 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.

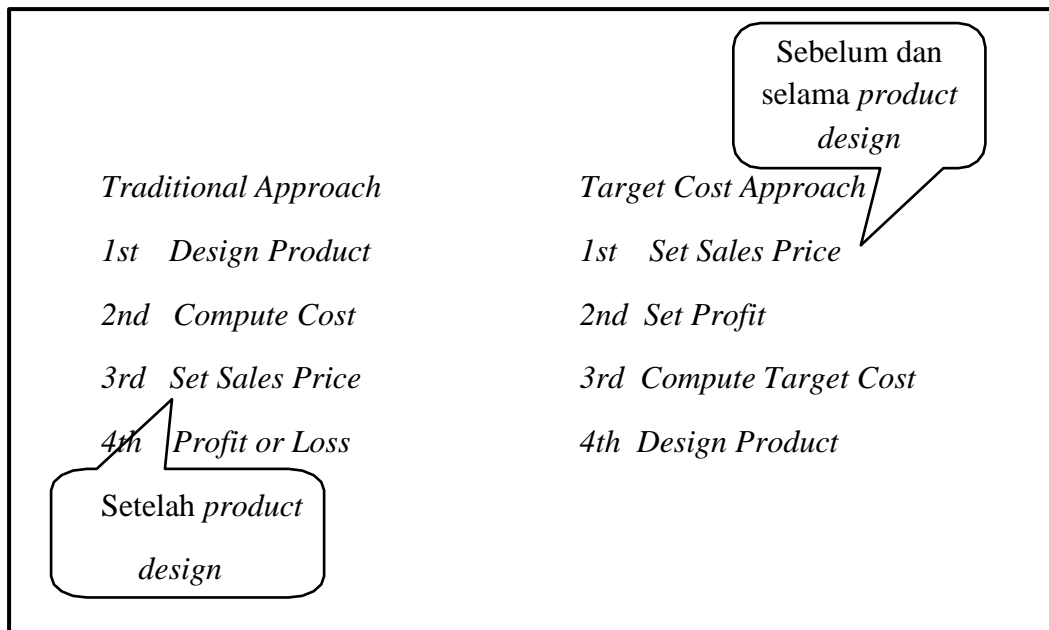
Ilustrasi singkat mengenai metode *target costing* ada pada Gambar 1.



Gambar 2.1 Ilustrasi Target Costing

Sumber: Witjaksono (2013 : 176)

Dari ilustrasi *target costing* pada Gambar 1 dapat dilihat perbedaan mendasar dalam penentuan harga pokok produk antara pendekatan *target costing* dengan pendekatan tradisional :



Gambar 2.2 Perbedaan Pendekatan Tradisional dan Target Costing

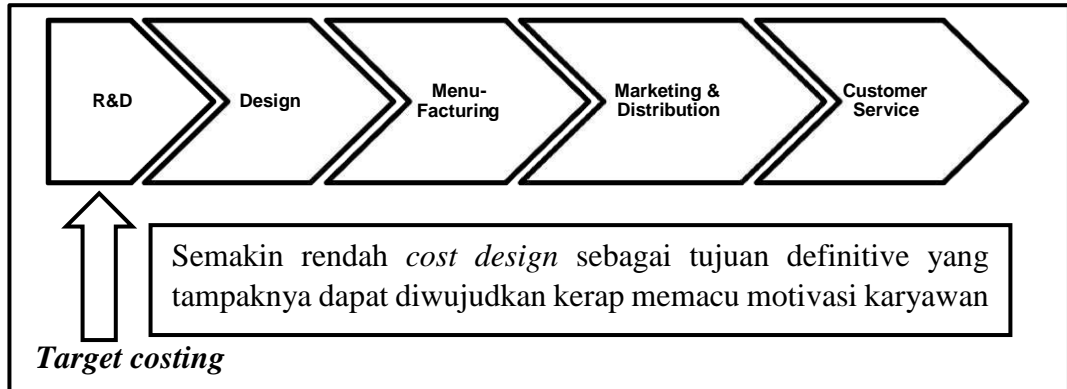
Sumber : Witjaksono (2013 : 176)

Pada Gambar 2 perbedaan mendasar antara pendekatan tradisional dan pendekatan *target costing* adalah ada dalam tahap desain produk dan penetapan harga jual. Secara tradisional proses produksi dimulai dari desain produk barang/jasa, dilanjutkan menghitung harga pokok produk, kemudian menetapkan harga jual.

Dari penjelasan kedua Gambar tersebut, *target costing* dapat didefinisikan menurut Witjaksono (2013 : 176) yaitu suatu sistem dimana (1) penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan, atau (2) penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya.

Model Penerapan *Target Costing*

Harga pokok produk tidak terlepas dari kegiatan sepanjang rantai nilai, yang diperjelas pada Gambar 3 dan Gambar 4.

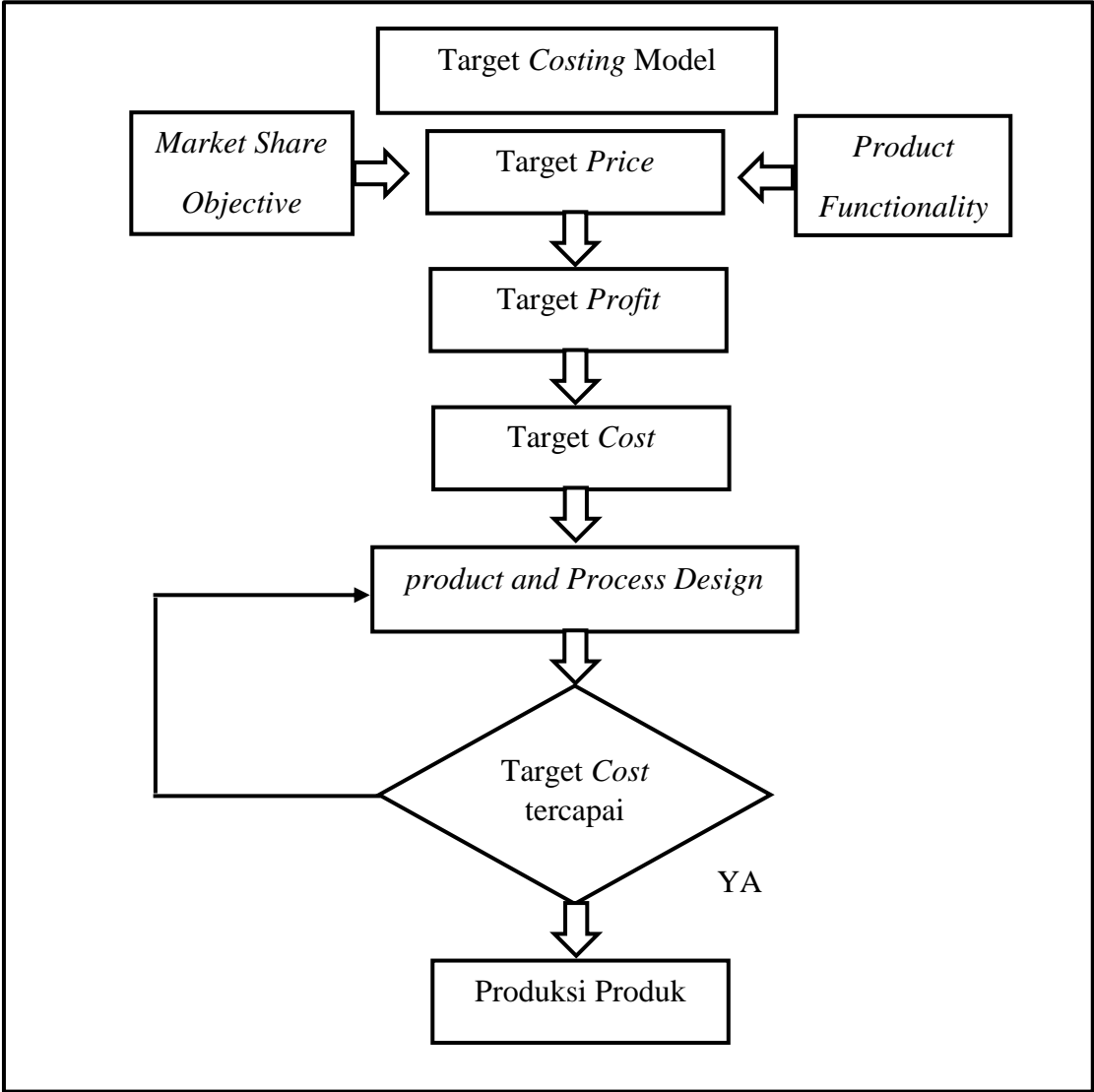


Gambar 2.3 Proses Penetapan *Target Costing*

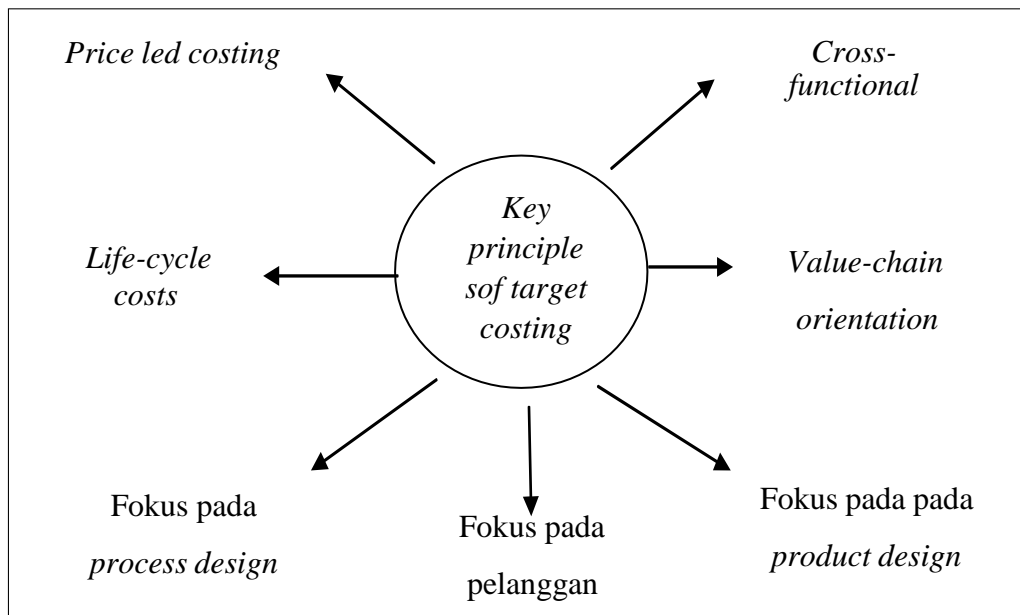
Sumber : Witjaksono (2013 : 178)

2.2.2 Prinsip-Prinsip Penerapan *Target Costing*

Menurut Witjaksono (2013 : 179) *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 5.



Gambar 2.4 Proses Penetapan Target Costing Hingga Penetapan Harga
Sumber : Witjaksono (2013 : 178)



Gambar 2.5 Prinsip-prinsip Target Costing

Sumber : Witjaksono (2013 : 179)

Proses penerapan *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 atas 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 dan desain proses

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 time*

Tim/kelompok ini bertanggungjawab atas keseluruhan produk, dimulai dari ide/konsep produk hingga tahapan produksi penuh.

5. Melibatkan rantai nilai (*value chain orientation*)

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 (*life-cycle*)

Meminimalkan biaya selama daur hidup produk, diantara harga, bahan baku, biaya operasi, pemeliharaan, dan biaya distribusi.

2.2.3 Kendala Menerapkan *Target Costing*

Menurut Witjaksono (2013 : 183) berikut ini adalah kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing* :

1. Konflik antar kelompok dan atau antar anggota kelompok.
2. Karyawan yang mengalami *bornout* karena tuntutan target penyelesaian pekerjaan.
3. Target waktu penyelesaian yang terpaksa ditambah.
4. Sulitnya melakukan pengaturan atas berbagai faktor penentu keberhasilan *target costing*.

Dengan demikian sangat disarankan bagi perusahaan yang tertarik untuk menerapkan *target costing* memperhatikan hal-hal berikut :

1. manajemen puncak harus memahami proses *target costing* sebelum mengadopsinya.
2. Apabila perhatian manajemen terlalu terpaku pada pencapaian sasaran *target costing*, maka dapat mengalihkan perhatian dari manajemen dari pencapaian sasaran keberhasilan organisasi secara keseluruhan.

2.2.4 Asumsi Dasar *Target Costing*

Menurut Witjaksono (2013 : 183) *target costing* sangat mungkin sesuai bagi perusahaan 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 perusahaan menawarkan produk yang tak tersaingi maka persaingan oligopolistik akan muncul.

2. Keunggulan spesifik suatu perusahaan akan menentukan arah dalam melakukan deferensiasi produk baru dari yang telah ada di pasaran, misalnya :
 - a) *Cost advantage* produk yang sama/serupa namun dengan harga yang lebih murah.
 - b) Penambahan fungsi, misalnya dengan tambahan fitur baru dengan harga yang kompetitif.

2.2.5 Manfaat Target Costing

Menurut Salman (2016 : 233) ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari *target costing*, antara lain :

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan, yakni desain difokuskan pada nilai-nilai pelanggan.
2. Mengurangi biaya melalui desain yang lebih efisien dan efektif.
3. Membantu perusahaan mencapai profitabilitas yang diinginkan pada produk baru atau produk yang didesain ulang.
4. Dapat mengurangi total waktu yang dibutuhkan untuk pengembangan produk, melalui peningkatan koordinasi manajer desain, manufaktur, dan pemasaran.
5. Dapat meningkatkan kualitas produk secara menyeluruh, melalui desain yang dikembangkan secara hati-hati dan isu-isu manufaktur yang dianggap penting dipertimbangkan secara jelas dalam tahap desain.
6. Memfasilitasi koordinasi desain, manufaktur, pemasaran, dan manajemen biaya dalam menentukan biaya produk (*product cost*) dan siklus hidup penjualan (*sales life cycle*).

Metode Pengurangan Biaya dalam *Target Costing*

Pengurangan Biaya dengan Alternatif I

Menurut Blocher, et al. (2012 : 176-177) dua pilihan yang tepat dalam mengurangi biaya menjadi sebuah tingkat biaya target, yaitu :

1. Dengan menyatukan teknologi produksi yang baru, menggunakan teknik manajemen biaya yang lebih maju seperti pembiayaan berbasis aktivitas dan mencari produktifitas yang lebih tinggi.
2. Dengan mendesain ulang produk dan jasa. Metode ini sangat menguntungkan banyak perusahaan karena menunjukkan bahwa keputusan desain bernilai penting bagi kebanyakan biaya total siklus produk. Dengan perhatian yang teliti terhadap desain, penghematan yang signifikan pada total biaya menjadi mungkin.

Pengurangan Biaya dengan Alternatif II

Hansen dan Mowen (2012 : 361-362) mengungkapkan ada tiga metode yang dapat digunakan untuk pengurangan biaya dalam *target costing*, yaitu :

1. Rekayasa Berlawanan (*reverse engineering*)

Membedah produk pesaing untuk mencari lebih banyak keistimewaan rancangan yang membuat penurunan biaya.

2. Analisa Nilai (*process analysis*)

Berusaha menaksir nilai yang ditempatkan pada berbagai fungsi produk oleh pelanggan. Misalnya suatu harga yang ingin dibayar oleh pelanggan untuk suatu fungsi khusus lebih kecil daripada biayanya, maka fungsi tersebut mungkin akan dihapus.

3. Perbaikan Proses (*process improvement*)

Digunakan untuk mengidentifikasi aktivitas yang bernilai tambah dan aktivitas yang tidak bernilai tambah. Pengurangan biaya dapat dilakukan dengan mengeleminasi aktivitas yang tidak bernilai tambah.

2.3 Efisiensi

2.3.1 Pengertian Efisiensi

Efisiensi adalah penggunaan sumber daya nyata yang lebih rendah daripada standar yang ditetapkan, atau kinerja aktual dibanding kinerja standar. Jika kinerja aktual lebih baik daripada kinerja standar, maka disebut efisien, atau jika penggunaan sumber daya nyata di bawah standar penggunaan sumber daya yang disepakati, maka penggunaan sumber daya tersebut efisiensi. Dalam proses produksi, sumber daya terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik.

Darsono dan Ari Purwanti (2014) menyatakan bahwa efisiensi merupakan perbandingan *output* terhadap *input* dengan menggunakan sumber-sumber yang ada secara baik.

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 perusahaan sebab dapat menetapkan harga jual yang rendah, sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain dan dapat menguasai pasar yang ada. Dengan demikian efisiensi mencegah terjadinya biaya yang berlebih yang merupakan pemborosan yang seharusnya tidak terjadi.

2.4 Biaya

2.4.1 Pengertian Biaya

Dalam menjalankan kegiatannya perusahaan memerlukan biaya, yang merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan. Selama perusahaan menggunakan sumberdaya tertentu maka perusahaan harus mengeluarkan biaya tersebut.

Menurut Witjaksono (2013 : 12) terdapat beberapa pendapat mengenai definisi dari Biaya (*cost*); antara lain :

- a. *Cost* adalah suatu pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.
- b. Sebagian akuntan mendefinisikan biaya sebagai satuan moneter atas pengorbanan barang dan jasa untuk memperoleh manfaat di masa kini atau masa yang akan datang.
- c. *Cost is the cash or cash equivalent value sacrificed for goods and services that are expected to bring a current or future benefit to the organization.*

Dari beberapa pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya atau *cost* sama dengan pengorbanan sumber daya ekonomi (*resources*).

Menurut Supriyono (2013 : 16) biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenues*) dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan.

Menurut Mulyadi (2014 : 8) dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan, dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva.

Biaya adalah suatu pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh manfaat guna mencapai suatu tujuan tertentu. Definisi biaya (*cost*) bebrbeda dengan beban (*expense*), karena beban merupakan suatu arus kas keluar yang diukur dari barang atau jasa, yang kemudian ditandingkan dengan pendapatan untuk menentukan laba.

2.4.2 Klasifikasi Biaya

Menurut Surjadi (2013 : 5) klasifikasi biaya diperlukan bagi pengembangan data biaya yang akan membantu manajemen mencapai tujuannya. Dalam mengklasifikasikan biaya-umum, penggolongan biaya dibagi menjadi dua, yakni :

1. Biaya Produksi

Menurut Salman (2013 : 27) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang timbul untuk memproduksi bahan baku menjadi produk jadi, terdiri dari :

- 1) Bahan baku adalah bahan yang dapat ditelusuri ke barang atau jasa yang sedang diproduksi. Biaya bahan ini dapat langsung dibebankan ke produk karena pengamatan fisik dapat digunakan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk.
- 2) Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang dapat ditelusuri pada barang atau jasa yang sedang diproduksi. Karyawan mengubah bahan baku menjadi produk atau menyediakan jasa kepada pelanggan diklasifikasikan sebagai tenaga kerja langsung. Biaya tenaga kerja langsung harus dikeluarkan untuk membayar pekerja terkait langsung dengan proses produksi untuk menghasilkan produk jadi. Formulasinya adalah sebagai berikut :

$$\text{Biaya Utama (prime cost) = Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja Langsung}$$

Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung termasuk sebagai biaya utama (*prime cost*). Biaya utama adalah biaya pabrikasi yang secara langsung membentuk bagian integral dari suatu produk jadi.

- 3) Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Contoh biaya *overhead* pabrik adalah biaya bahan penolong, biaya pekerja langsung, biaya penyusutan aktiva pabrik, biaya sewa gedung pabrik, dan biaya *overhead* lain-lain. Dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Biaya Konversi (conversion cost) = Biaya Overhead Pabrik + Biaya Tenaga Kerja Langsung}$$

Biaya konversi terdiri dari biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya konversi adalah keseluruhan biaya pabrikasi yang mencerminkan biaya perubahan bahan baku menjadi produk jadi.

2. Biaya Non-Produksi

Menurut Salman (2016 : 34) biaya non produksi adalah biaya yang berkaitan dengan fungsi perancangan, pengembangan, pemasaran, distribusi, layanan pelanggan, dan administrasi umum. Biaya pemasaran, distribusi, dan layanan pelanggan kadang kala ditempatkan ke dalam satu kategori umum yang disebut biaya penjualan. Biaya perancangan, pengembangan, dan administrasi umum ditempatkan ke dalam kategori kedua yang disebut biaya administrasi. Secara umum, biaya non produksi dikelompokkan menjadi dua yaitu :

- 1) Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan ketika proses manufaktur selesai dan produk ada dalam kondisi siap jual. Contoh biaya pengiriman.
- 2) Biaya administrasi termasuk biaya yang terjadi dalam mengarahkan dan mengendalikan organisasi. Contoh gaji pegawai.

Klasifikasi Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Volume Kegiatan

Menurut Witjaksono (2013 : 18) klasifikasi biaya berdasarkan hubungannya dengan volume kegiatan :

- 1) Biaya variabel, yaitu biaya yang berubah-ubah sebanding dengan perubahan volume produksi/penjualan. Contoh : biaya pemakaian bahan baku dan tenaga kerja langsung. Semakin banyak unit yang diproduksi, maka kebutuhan bahan baku dan tenaga kerja langsung juga bertambah secara proporsional.
- 2) Biaya tetap, yaitu biaya dengan jumlah totalnya tetap walaupun jumlah yang diproduksi/dijual berubah-ubah dalam kapasitas normal. Contoh : biaya penyusutan mesin dan peralatan, gaji pokok para karyawan. Semua biaya ini harus tetap dibebankan secara periodik, tanpa memperhatikan kuantitas volume produksi.
- 3) Biaya semi variabel/biaya campuran (*mixed cost*), yaitu biaya dengan jumlah berubah-ubah dalam hubungannya dengan perubahan kuantitas yang diproduksi tetapi perubahannya tidak proporsional. Contoh biaya listrik.

Klasifikasi Biaya Berdasarkan Pengambilan Keputusan

Dalam mengelompokkan biaya sebagai dasar pengambilan keputusan bagi manajemen, informasi yang baik dan berguna adalah informasi yang mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan. Menurut Witjaksono (2013 : 20) biaya berdasarkan pengambilan keputusan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

- 1) Biaya relevan, yaitu biaya yang diperkirakan nantinya akan muncul, yang berbeda diantara berbagai alternatif. Misalnya, untuk memutuskan apakah akan menerima atau menolak suatu pesanan khusus, maka informasi biaya yang relevan antara lain adalah biaya *set up* mesin untuk pengerjaan pesanan.
- 2) Biaya tidak relevan, yaitu biaya yang tidak mempengaruhi manajemen dalam pengambilan keputusan. Misalnya, untuk memutuskan apakah akan menerima atau menolak suatu pesanan khusus, maka informasi yang tidak relevan adalah biaya penyusutan, karena baik keputusan menolak atau menerima pesanan tersebut tidak akan berpengaruh pada biaya penyusutan.

Klasifikasi Biaya Menurut Tujuannya

- 1) Klasifikasi biaya dalam laporan keuangan

Laporan keuangan khususnya pada perusahaan manufaktur lebih kompleks dibandingkan dengan laporan keuangan pada perusahaan dagang. Hal tersebut karena pada perusahaan manufaktur, aktivitas pembelian bahan baku, aktivitas pembuatan produk (produksi), dan aktivitas penjualan produk jadi. Aktivitas pembuatan produk menimbulkan biaya produksi, yang tidak terdapat pada perusahaan dagang, dan biaya-biaya semacam ini harus diperhitungkan dan dicantumkan dalam laporan keuangan perusahaan manufaktur.

a. Neraca

Pada perusahaan dagang, pos persediaan yang dilaporkan hanya mencakup satu jenis, yaitu persediaan barang dagangan, sedangkan pada perusahaan manufaktur, pos persediaan yang dilaporkan dalam neraca mencakup persediaan bahan baku, persediaan produk dalam proses, dan persediaan produk jadi.

b. Laporan laba/rugi

Laporan laba/rugi perusahaan manufaktur berbeda dengan perusahaan dagang dalam hal sumber perolehan produk yang dijual. Pada perusahaan manufaktur ada komponen yang disebut dengan harga pokok produksi, sedangkan pada perusahaan dagang ada komponen berupa pembelian. Harga pokok produksi atau harga pokok manufaktur mencakup seluruh biaya manufaktur yang berkaitan dengan barang yang diproduksi selama periode yang bersangkutan.

2.5 Harga Pokok Produk

Menurut Witjaksono (2013 : 16), harga pokok adalah sejumlah nilai aktiva (*asset*), tetapi apabila selama tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk memantu memperoleh penghasilan, aktiva tersebut harus dikonversikan ke beban (*expense*). Menurut Hanson dan Mowen (2013 : 55), harga pokok produk diartikan sebagai pembebanan biaya yang mendukung tujuan manajerial yang spesifik, sehingga harga pokok produk bergantung pada tujuan manajerial yang sedang berusaha untuk dicapai. Tujuan manajerial adalah menyusun laporan keuangan eksternal yang memerlukan harga pokok produk tradisional yang menyatakan bahwa hanya harga pokok produksi yang dapat digunakan dalam perhitungan biaya produk.

Harga pokok itu sendiri diartikan sebagai bagian dari harga perolehan atau harga beli yang ditunda pembebanannya atau yang belum dimanfaatkan dalam rangka merealisasikan pendapatan.

2.6 Biaya Standar

Menurut Mulyadi (2014 : 387) biaya standar adalah biaya yang ditentukan dimuka, yang merupakan jumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk membuat suatu produk atau untuk membiayai kegiatan tertentu, di bawah asumsi kondisi ekonomi, efisiensi, dan faktor-faktor tertentu.

Menurut Horngen, et al. (2013 : 256-257), biaya standar adalah penentuan harga, biaya atau kuantitas yang digunakan secara hati-hati yang digunakan sebagai patok duga (*benchmark*) untuk menilai suatu kinerja. Terdapat dua komponen standar, yaitu *standar input* dan *standar price*. *Standar input* adalah penentuan kuantitas input secara hati-hati yang dibutuhkan untuk *output* per unit. Sedangkan *standar price* adalah penentuan harga secara hati-hati yang diharapkan oleh perusahaan untuk membayar input per unit.

Menurut Witjaksono (2013 : 133) biaya standar adalah patok duga (*benchmark*) yang secara efektif dan efisien ditetapkan dimuka (*predetermined*) untuk biaya-biaya yang seharusnya dikonsumsi oleh suatu produk.

Keuntungan Penggunaan Metode Biaya Standar

Penggunaan metode biaya standar memiliki beberapa keuntungan yaitu :

1. Biaya standar dapat dijadikan pijakan untuk perbandingan biaya, sehingga memungkinkan dilakukannya patok duga (*benchmark*).
2. Perhitungan biaya standar diikuti dengan analisis varian yang memungkinkan manajer untuk menerapkan *Manajemen By Exeption*.
3. Varian dapat dijadikan alat untuk penilaian kinerja.
4. Motivasi bagi karyawan karena varian dijadikan salah satu indikator penilaian kinerja.
5. Penggunaan standar dalam penentuan harga pokok produk menyebabkan biaya produk yang lebih stabil dibandingkan dengan penggunaan biaya aktual.
6. Sistem biaya standar lebih murah dari sistem biaya normal.

Kelemahan Penggunaan Biaya Standar

Sistem biaya standar juga memiliki beberapa kelemahan. Berikut adalah kelemahan dalam sistem biaya standar :

1. Terlalu menekankan pada hal negatif berdampak pada moral.
2. Laporan biaya standar tidak tepat waktu.
3. Insentif pembentukan persediaan.
4. Varian laba *favorable* dapat saja salah diinterpretasikan.
5. *Continuous improvement* mungkin lebih penting dari mencapai standar.
6. Penekanan pada standar mungkin mengabaikan objektif yang penting.

Manfaat Utama Penggunaan Biaya Standar

Ada tiga manfaat utama suatu perusahaan menggunakan sistem akuntansi biaya standar, yaitu :

1. Estimasi biaya produk

Dalam hal ini standar dikembangkan untuk konsumsi per unit suatu produk akan bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead*. Kalikan standar ke-3 standar kualitas tersebut dengan biaya standar plus biaya lainnya maka didapat biaya standar untuk produk secara individual. Standar ini akan bermanfaat bagi penentuan diterima atau tidaknya suatu pesanan dari pelanggan.

2. Anggaran biaya dan pengeluaran

Total biaya yang mencerminkan konsumsi untuk setiap aktivitas dapat diprediksi berdasarkan jumlah standar konsumsi untuk setiap aktivitas guna menghasilkan produk dan jasa. Namun manajemen harus berhati-hati karena kemungkinan adanya *time lag* antara saat anggaran disusun dan saat pelaksanaannya.

3. Pengendalian biaya relatif terhadap biaya standar

Dalam hal ini biaya aktual dibandingkan dengan biaya standar, dengan harapan bahwa biaya aktual akan tetap sejalan dengan biaya standar. Perbedaan atau selisih antara keduanya disebut varian biaya, yang selanjutnya dianalisis untuk mencari penyebabnya.

Penyusunan biaya standar

Ada dua cara yang lazim digunakan untuk menyusun biaya standar, yaitu :

1. Analisis data historis

Data historis dengan segala kekurangannya tetap dipercaya memiliki kegunaan untuk memprediksi masa depan, terutama dalam lingkungan produksi yang telah mapan, dimana data-data historis telah cukup banyak terdokumentasikan dengan baik. Analisis yang kerap dilakukan adalah analisis perilaku biaya. Namun tetap dituntut kehati-hatian dalam menggunakan data historis untuk memprediksi masa depan, terlebih bila data historis hendak digunakan untuk menyusun standar bagi produk baru.

2. Analisis tugas

Cara lainnya yaitu dengan melakukan analisis terhadap proses pembuatan produk dengan tujuan menentukan biaya produk yang seharusnya. Disini paradigma yang digunakan adalah bergeser dari biaya produk di masa lampau ke biaya produk di masa mendatang. Alat analisis yang kerap digunakan adalah *time and motion study*.

2.7 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.7.1 Penelitian Sebelumnya

1. Peneliti : Dias Pristya Ajie
Judul : Penerapan Target Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual (Studi Kasus pada Kerajinan Kayu “Pak Bowo”)
Tahun : 2012
Universitas : Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan :
 - Variabel Independen : Target CostingPerbedaan dengan penelitian yang akan diajukan :
 - Variabel Dependen : Penentuan Harga Jual
 - Obyek yang diteliti berbedaHasil penelitian dapat disimpulkan bahwa jika menggunakan metode target costing perusahaan akan menetapkan harga terendah di antara harga pasar saat ini.

2. Peneliti : Heri Supriyadi
Judul : Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Usaha Dagang Eko Kusen)
Tahun : 2013
Universitas : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan :
 - Variabel Independen : Target CostingPerbedaan dengan penelitian yang akan diajukan :
 - Obyek yang diteliti berbedaHasil penelitian ini membuktikan bahwa penerapan target costing merupakan upaya alternatif yang baik untuk memaksimalkan laba yang ditargetkan oleh perusahaan dengan cara menekan biaya-biaya produksi yang terjadi selama proses desain produk.

3. Peneliti : Fransiska Kusumadewi
Judul : Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Biaya Produksi Studi Kasus Pada Ashka Jaya Lampung.
Tahun : 2017
Universitas : Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan :
 - Variabel yang digunakan sama yaitu target costing dan pengendalian biaya produksiPerbedaan dengan penelitian yang akan diajukan :
 - Obyek yang diteliti pada penelitian sebelumnya yaitu studi kasus pada Ashka Jaya Lampung, sedangkan pada penelitian yang akan saya lakukan yaitu studi kasus pada CV. Taruna

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perhitungan target costing dapat mengefisienkan biaya produksi yang berbeda dengan perhitungan perusahaan sebelumnya.

4. Peneliti : Muh. Afif Umair
Judul : Analisis Penerapan Metode Just In Time Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT. Frigoglass Indonesia
Tahun : 2018
Universitas : Universitas Muhammadiyah Makassar
Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan :
 - Variabel Dependen : Efisiensi Biaya ProduksiPerbedaan dengan penelitian yang akan diajukan :
 - Variabel Independen : Metode Just In Time
 - Obyek yang diteliti berbedaHasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dengan metode just in time perusahaan dapat menghemat biaya produksi berbeda dengan perhitungan perusahaan yang belum menunjukkan efisiensi dari biaya produksi yang dikeluarkan.
5. Peneliti : Dedy Akbar Herianto
Judul : Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi (Studi Kasus Pada UD Winda Di Malino Kabupaten Gowa)
Tahun : 2020
Universitas : Universitas Muhammadiyah Makassar
Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan :
 - Variabel yang digunakan sama yaitu target costing dan pengendalian biaya produksiPerbedaan dengan penelitian yang akan diajukan :
 - Obyek yang diteliti berbeda yaitu UD Winda Di Malino Kabupaten Gowa sedangkan penelitian yang akan saya lakukan pada CV. TarunaHasil penelitian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil analisis perbandingan penerapan target costing jauh lebih efisien dibandingkan dengan standar biaya produksi perusahaan.
6. Peneliti : Aditya Firman
Judul : Pengaruh Penggunaan Target Costing Terhadap Tingkat Efisiensi Biaya Produksi Pada PT. Bukaka Teknik Utama
Tahun : 2012
Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan :
 - Variabel yang digunakan sama yaitu target costing dan efisiensi biaya produksiPerbedaan dengan penelitian yang akan diajukan :
 - Obyek yang diteliti berbeda yaitu PT. Bukaka Teknik Utama sedangkan penelitian yang akan saya lakukan pada CV. Taruna

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hubungan penerapan target costing terhadap upaya meningkatkan efisiensi biaya produksi pada PT. Bukaka Teknik Utama berpengaruh dengan menurunnya biaya produksi yang dikeluarkan.

7. Peneliti : Febriana Hedayanti
Judul : Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Semen Pada PT. Semen Bosowa Maros
Tahun : 2016

Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan :

- Variabel yang digunakan sama yaitu target costing dan efisiensi biaya produksi

Perbedaan dengan penelitian yang akan diajukan :

- Obyek yang diteliti berbeda yaitu PT. Semen Bosowa Maros sedangkan penelitian yang akan saya lakukan pada CV. Taruna

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan target costing pada PT. Semen Bosowa Maros cukup efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan perusahaan.

8. Peneliti : Tartius Clara Caroline
Judul : Analisis Penerapan Target Costing dan Activity Based Costing Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pengendalian Biaya Produksi Pada UD Bogor Bakery
Tahun : 2017

Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan :

- Variabel yang digunakan sama yaitu target costing dan pengendalian biaya produksi

Perbedaan dengan penelitian yang akan diajukan :

- Obyek yang diteliti berbeda yaitu UD Bogor Bakery sedangkan penelitian yang akan saya lakukan pada CV. Taruna

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa metode target costing belum tepat diterapkan dalam perhitungan Bogor Bakery jika dibandingkan dengan metode activity based costing yang dapat membantu manajemen dalam pengendalian biaya produksi.

Tabel 2.1
Penelitian sebelumnya

No.	Nama Peneliti Terdahulu	Judul	Tahun	Metode Penelitian	Jurnal	Hasil Penelitian
1	Dias Pristya Ajie	Penerapan Target Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual (Studi kasus pada Kerajinan Kayu “Pak Bowo”)	2012	Kuantitatif	Skripsi	Dengan menggunakan perhitungan target costing, perusahaan dapat menetapkan harga terendah diantara harga pasar saat ini. Harga tersebut merupakan harga yang dapat bersaing di pasaran saat ini.
2	Heri Supriyadi	Penerapan Target Coting Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Usaha Dagang Eko Kusen)	2013	Kuantitatif	Skripsi	Penerapan target costing memberikan dampak yang positif bagi laba yang akan dihasilkan perusahaan dengan cara mengurangi biaya-biaya yang terjadi dalam proses produksi, sehingga laba yang ditargetkan perusahaan dapat tercapai.
3	Fransiska Kusumadewi	Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Produksi (Studi Kasus Pada Ashka Jaya Lampung)	2017	Kuantitatif	Skripsi	Berdasarkan hasil analisis, perhitungan target costing menunjukkan bahwa ada efisiensi biaya. Efisiensi tersebut merupakan perbedaan antara perhitungan target costing dan perhitungan perusahaan.

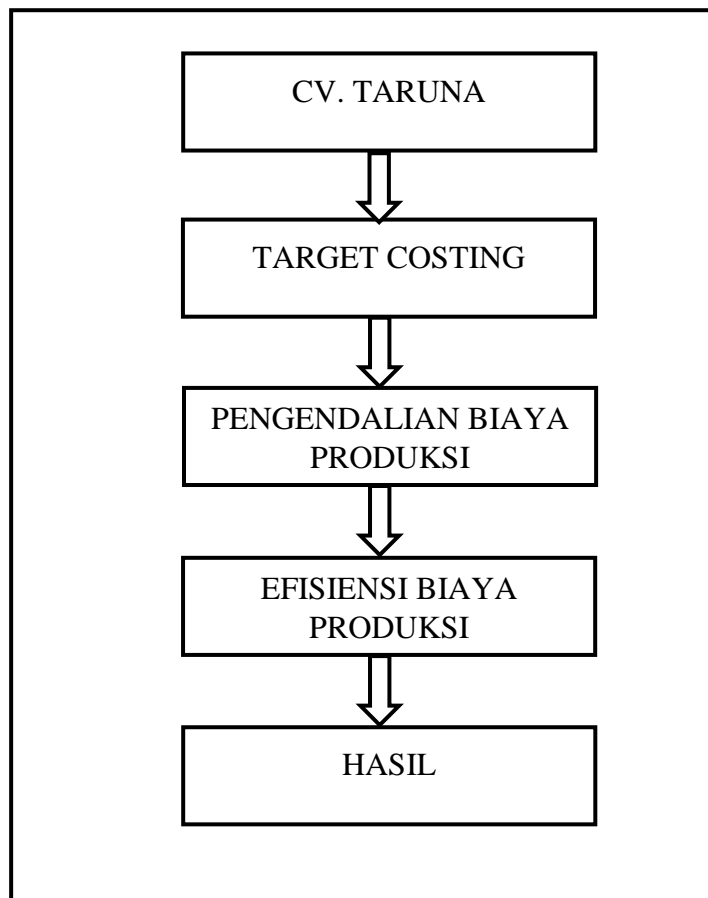
4	Muh. Afif Umair	Analisis Penerapan Metode Just In Time Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT. Frigoglass Indonesia	2018	Kuantitatif	Skripsi	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pengadaan bahan baku, kebijakan perusahaan belum optimal dan belum menunjukkan efisiensi dari biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan dibandingkan dengan menggunakan metode just in time.
5	Dedy Akbar Herianto	Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi (Studi Kasus Pada UD Winda Di Malino Kabupaten Gowa)	2020	Kuantitatif	Skripsi	Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa penerapan target costing pada UD Winda lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini, dan juga merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan untuk menekan biaya produksinya.
6	Aditya Firman	Pengaruh Penggunaan <i>Target Costing</i> Terhadap Tingkat Efisiensi Biaya Produksi Pada PT. Bukaka Teknik Utama	2012	Kuantitatif	Skripsi	Hubungan penerapan <i>target costing</i> terhadap upaya meningkatkan efisiensi biaya produksi pada PT. Bukaka Teknik Utama Tbk belum berpengaruh. Hal ini dikarenakan <i>target costing</i> yang ditetapkan lebih kecil dari

						biaya produksi yang dikeluarkan.
7	Febriana Hedayanti	Analisis Pendekatan <i>Target Costing</i> Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Semen Pada PT. Semen Bosowa Maros	2016	Kuantitatif	Skripsi	Hasilnya menunjukkan bahwa penerapan <i>target costing</i> pada PT. Semen Bosowa cukup efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini.
8	Tartius Clara Caroline	Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> dan <i>Activity Based Costing</i> Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pengendalian Biaya Produksi Pada UD Bogor Bakery	2017	Kuantitatif	Skripsi	Hasilnya metode <i>target costing</i> belum tepat diterapkan dalam perhitungan Bogor Bakery jika dibandingkan dengan menggunakan metode <i>activity based costing</i> yang dapat membantu manajemen dalam pengendalian biaya produksi.

2.7.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka konsep ini merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Masalah yang dianggap penting tersebut yaitu mengenai penerapan metode target costing agar dapat mengefisiensikan biaya produksi.

Berdasarkan uraian diatas, gambaran menyeluruh penelitian ini terkait dengan penerapan target costing dalam upaya mengefisiensikan biaya produksi dapat dilihat dari kerangka konsep berikut :



Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif eksploratif yaitu melalui studi kasus. Jenis penelitian yang dipilih oleh peneliti dalam pembuatan penelitian ini yang bertujuan untuk mengumpulkan segala informasi secara aktual dan terinci yang kemudian membandingkan antara konsep dasar, teori atau arsip mengenai penerapan metode target costing dan kemudian ditarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah penerapan *target costing* terkait dengan biaya-biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik dari produk yang diproduksi.

Unit Analisis ini merupakan individu usaha dalam bidang produksi makanan yaitu mie glosor pada CV. Taruna.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di CV. Taruna yang berlokasi di Jl. Pancasan Baru No. 109, RT.04/RW.12, Pasir Jaya, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor, Jawa Barat 16119.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini terdiri atas :

- a. Data Kualitatif dalam penelitian ini terdiri atas gambaran umum perusahaan, sejarah berdirinya perusahaan, proses produksi, dan gambaran umum pesaing.
- b. Data Kuantitatif dalam penelitian ini terdiri atas penjualan, bahan baku, *overhead* pabrik, dan tenaga kerja dalam proses produksi.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas :

- a) Data Primer dalam penelitian ini adalah profil perusahaan, struktur organisasi, dan proses produksi yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden.
- b) Data Sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen milik perusahaan yang berisi rincian biaya produksi yang digunakan oleh perusahaan dalam memproduksi produk.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran
Target Costing	1. Target <i>Cost</i>	1. Target biaya perusahaan	1. Tingkat target biaya yang dianggarkan perusahaan. (harga jual – laba yang diharapkan).	Rasio
	2. Target <i>Price</i>	2. Target harga yang dimiliki perusahaan	2. Tingkat target harga yang dimiliki perusahaan. (target biaya + target laba).	Rasio
Efisiensi Biaya Produksi	1. Biaya produksi	1. Biaya bahan baku	1. Biaya bahan baku langsung berdasarkan produk. (jumlah biaya bahan baku x harga).	Rasio
		2. Biaya tenaga kerja	2. Biaya tenaga kerja langsung dalam aktivitas membuat produk. (penjumlahan biaya tenaga kerja/volume unit terjual) x unit yang diproduksi).	Rasio
		3. Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	3. Alokasi biaya <i>overhead</i> pabrik berdasarkan produk. (penjumlahan total biaya <i>overhead</i> / volume unit terjual) x unit yang diproduksi.	Rasio

3.5 Metode Pengumpulan Data

- a. Wawancara (*interview*) adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara personal (*personal interview*) dengan melakukan tatap muka langsung dengan pemilik perusahaan.
- b. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Peneliti berhasil mengumpulkan data pendukung diantaranya gambaran umum perusahaan, biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, dan yang lainnya.

3.6 Metode Analisis Data

Langkah-langkah untuk menjawab rumusan masalah adalah :

- 1) Mendeskripsikan perhitungan biaya produksi yang dilakukan perusahaan.
- 2) Menganalisis penerapan pengendalian biaya produksi dengan metode *target costing*. Langkah-langkah penerapan *target costing* adalah sebagai berikut :
 - a. Menentukan harga pasar kompetitif, dengan cara membuat daftar harga perusahaan produk yang sama dari perusahaan yang lainnya untuk membandingkan dengan harga produk yang ada di CV. Taruna. Harga jual yang ditetapkan dapat sama, lebih mahal, atau lebih murah daripada yang ditawarkan oleh pesaing-pesaing utamanya.
 - b. Menentukan laba yang diharapkan oleh perusahaan dengan cara wawancara kepada pemilik perusahaan berapa persen laba yang diinginkan perusahaan.
 - c. Menghitung target costing dengan rumus :

$$\text{Target Biaya} = \text{Taksiran Harga Jual} - \text{Laba yang diinginkan}$$

- d. Penggunaan pengurangan biaya dalam *target costing* untuk mengidentifikasi cara-cara untuk menghemat biaya produk.
- 3) Membandingkan antara analisis perhitungan biaya yang dihitung menggunakan aturan yang dipakai perusahaan 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 tenaga kerja langsung menurut *target costing* perhitungan biayanya lebih kecil dari perhitungan perusahaan tanpa mengubah kualitas dan kuantitas dari produk maka perhitungan biaya menurut *target costing* dikatakan efisien.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum CV Taruna

4.1.1 Sejarah dan perkembangan perusahaan

Pabrik mie glosor CV Taruna Bogor ini dimiliki oleh Bapak Eman Sulaeman. Beliau merupakan pemilik generasi ketiga yang sebelumnya dimiliki oleh kakeknya yang memulai usaha ini sejak tahun 1998. Pabrik ini berlokasi di Jl. Pancasan Baru Nomor 109, RT 01/ RW 12, Kelurahan Pasir Jaya, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor. Perusahaan ini memiliki izin usaha pada tahun 2001 yang diperoleh dari Dinas perindustrian Kota Bogor dengan luas pabrik sekitar 50 m² dengan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) nomer 330/10-05/PK/VII/2001.

Mie glosor yang diproduksi CV. Taruna terdiri dari dua macam jenis warna yaitu kuning dan merah yang dibedakan berdasarkan wilayah pemasarannya, untuk mie glosor kuning dipasarkan dibogor sedangkan untuk mie glosor merah dipasarkan didaerah cianjur dan sekitarnya. Daerah pemasaran meliputi Pasar Anyar, pasar Bogor, pasar Leuwiliang, pasar Ciampea, pasar Dramaga, pasar Merdeka, Gang Aut, pasar Lawang Saketeng dan pasar Cianjur. Produksi rata-rata perhari 2 ton dengan tenaga kerja 15 orang yang terdiri pemilik merangkap manajer 1 orang, bagian produksi sebanyak 8 orang, supir 3 orang dengan kendek 1 orang, bagian pemasaran 1 orang dan bagian administrasi 1 orang.

4.1.2 Visi dan Misi CV Taruna

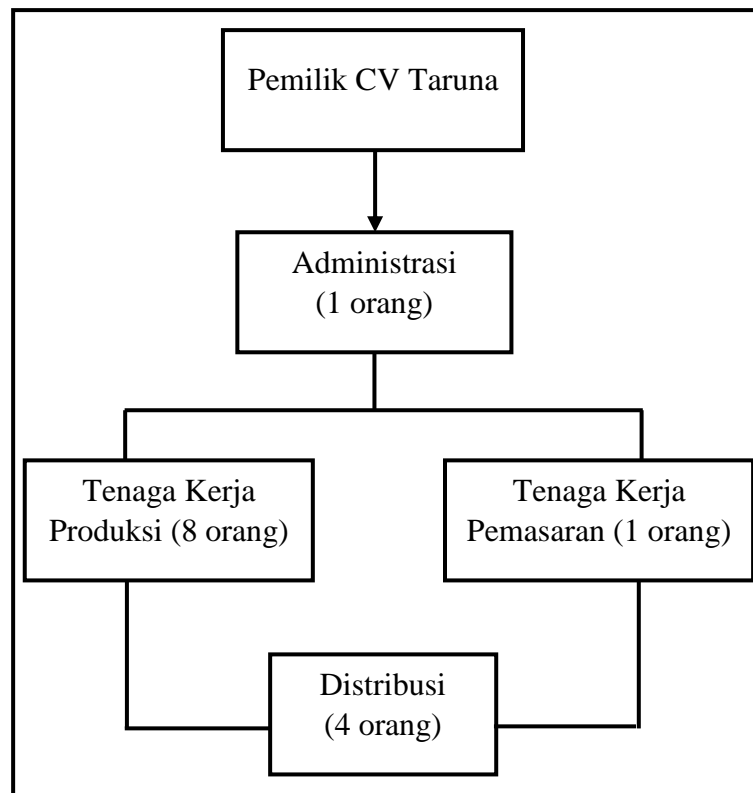
1. Visi CV Taruna

Visi CV Taruna yaitu menjadikan olahan mie glosor berkembang dan mempunyai daya saing tinggi agar perusahaan dapat bertahan dan tidak mengalami kebangkrutan.

2. Misi CV Taruna

Menciptakan lapangan kerja bagi mereka yang tidak bisa melanjutkan pendidikannya kejenjang yang lebih tinggi.

4.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

4.1.4 Tujuan Perusahaan

Tujuan awal didirikannya usaha mie glosor ini yaitu untuk memenuhi kebutuhan keluarga serta membuka lapangan pekerjaan. Namun seiring berkembangnya usaha pemilik pun mulai memikirkan untuk mengembangkan produk agar usaha yang dijalankannya bisa lebih maju dan dapat bersaing dipasaran.

4.1.5 Kegiatan Usaha

Mie glosor CV Taruna memiliki beberapa alur proses produksi. Alur proses produksi dimulai dari penerimaan pesanan hingga pengiriman produk mie glosor. Proses produksi ini terdiri dari empat proses besar, diantaranya pengadaan bahan baku yang dilakukan dengan cara membeli bahan-bahan yang dibutuhkan untuk memproduksi mie glosor, proses produksi dari bahan baku menjadi produk jadi mie glosor, pengemasan dan pengiriman atau pemasaran produk yang dilakukan dengan cara mengirim produk ke pelanggan atau pemesan.

Proses pembuatan mie glosor terdiri dari beberapa tahap, yaitu pembuatan biang, pembentukan adonan, pencetakan, pemasakan, perendaman, dan penirisan.

Pada tahap awal, sagu aren ditambahkan air dan pewarna makanan yang diaduk dan dipanaskan hingga membentuk gel dengan sempurna. Sagu kering ditambahkan ke dalam adonan pati yang berbentuk gel sambil terus diaduk hingga adonan kalis dan berbentuk adonan yang mudah ditangani. Selanjutnya adonan dicetak dengan cetakan mie yang ditempatkan diatas rak kawat. Setiap rak berisi satu lapis helaian mie, yang kemudian direbus dengan memasukan mie kedalam air mendidih sambil diaduk sampai mie mengapung kemudian diangkat. Mie yang telah diangkat kemudian dimasukan kedalam wadah yang berisi air dingin untuk mencuci mie dengan dua kali pencucian. Mie kemudian dibiarkan beberapa saat sebelum diangkat dan ditiriskan. Untuk mencegah mie lengket satu sama lain maka mie perlu dilumuri dengan minyak kacang secukupnya.

4.2 Perhitungan Harga Jual Menggunakan Perhitungan Perusahaan

CV. Taruna dalam menghitung harga jualnya menggunakan unit volume *related cost driver* yaitu volume produksi sesuai dengan jam kerja langsung, biaya material dan unit yang diproduksi. Penggunaan dasar tunggal ini mengakibatkan terjadinya distorsi dalam perhitungan biaya pokok produksi, karena tidak semua sumber daya dalam proses produksi digunakan secara proporsional. CV Taruna dalam menentukan harga jual dan biaya produksinya yaitu dengan menentukan biaya produksi terlebih dahulu lalu menghitung labanya, sehingga harga produksi di CV Taruna sedikit lebih mahal dibanding dengan pesaing disekitarnya.

4.2.1 Daftar Biaya Produksi Pada CV. Taruna

Untuk dapat bertahan dipasar, produk yang dihasilkan harus memiliki karakteristik dan mutu yang baik. Dalam setiap proses produksinya CV Taruna selalu mempertahankan hal tersebut dalam melakukan proses produksinya.

Pada penelitian ini penulis mengambil sampel dua produk dalam penelitian yang berjudul “ Analisis Penerapan Target Costing dalam Upaya Mengefisiensikan Biaya Produksi Studi Kasus CV Taruna periode 2020”. Produk yang diambil untuk diteliti dalam penelitian ini yaitu mie glosor kuning dan mie glosor merah. Dua produk tersebut dari segi penjualannya tergolong rendah, hal itu dikarenakan harga yang tidak sesuai dengan harga pasar.

Berikut ini merupakan data penjualan selama setahun mie glosor yang ada pada CV Taruna Bogor :

Tabel 4.1
Data Penjualan CV. Taruna pada Tahun 2020

No	Menu	Harga/Kg	Penjualan/Kg	Total
1	Mie Glosor Kuning	Rp 4.000	481680	Rp 1.926.720.000
2	Mie Glosor Merah	Rp 4.000	182760	Rp 731.040.000
	Total		664440	Rp 2.657.760.000

(Sumber : Data CV. Taruna Bogor)

Berikut biaya produksi yang digunakan CV. Taruna dalam memproduksi mie glosor :

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang yang kemudian siap untuk dijual. Berdasarkan informasi dari pihak CV.Taruna untuk memproduksi mie glosor terdapat beberapa bahan baku diantaranya sagu aren, minyak kacang dan pewarna makanan.

Berikut data pemakaian biaya bahan baku untuk memproduksi mie glosor yang terdapat pada CV.Taruna bogor tahun 2020 :

Tabel 4.2
Data Pemakaian Bahan Baku Mie Glosor
CV Taruna Tahun 2020

Bahan Baku	Harga/Kg	Pemakaian/Kg	Cost Bahan Baku
Sagu Aren	Rp 7.000	217140	Rp 1.519.980.000
Minyak Kacang	Rp 20.000	12384	Rp 247.680.000
Pewarna	Rp 580.000	73,8	Rp 42.804.000
Total			Rp 1.810.464.000

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Untuk pemakaian bahan baku mie glosor kuning CV. Taruna yang terdiri dari sagu aren, minyak kacang dan pewarna makanan memiliki total biaya sebesar Rp. 1.810.464.000.

Tabel 4.3
Biaya Bahan Baku Per Produk Mie Glosor Kuning
CV Taruna

Tahun	Unit Produksi	Volume Produksi	Biaya	Biaya Perproduk	Total Biaya
2020	481680	664440	Rp 1.810.464.000	Rp 2.725	Rp 1.312.480.133

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Pada tahun 2020 pemakaian biaya bahan baku mie glosor kuning dari total biaya sebesar Rp. 1.312.480.133 dan unit produksi 481.680 memperoleh jumlah biaya per produk sebesar Rp. 2.725.

2. Biaya Gaji Karyawan

Biaya gaji karyawan pada CV. Taruna berdasarkan jumlah tenaga kerja yang meliputi 13 orang. Biaya gaji karyawan pada CV. Taruna bisa dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4
Biaya Gaji Karyawan CV. Taruna Tahun 2020

Bagian	Jumlah Karyawan	Cost Gaji Bulanan	Cost Gaji Tahunan
Produksi	8	Rp 3.000.000	Rp 288.000.000
Pemasaran	1	Rp 2.500.000	Rp 30.000.000
Distribusi	4	Rp 3.000.000	Rp 144.000.000
Total			Rp 462.000.000
Biaya Perproduk			Rp 695
Total Biaya			Rp 334.922.882

(Sumber : Data CV. Taruna Bogor)

Untuk biaya gaji karyawan bagian produksi, pemasaran, dan distribusi yaitu dengan total gaji selama setahun sebesar Rp. 462.000.000 dan total beban gaji karyawan pada produk mie glosor kuning sebesar Rp. 334.922.882 dengan beban per produk sebesar Rp. 695.

Tabel 4.5
Biaya Pembebanan Gaji Karyawan Mie Glosor Kuning
CV. Taruna

Tahun	Unit Produksi	Volume Produksi	Total BTKL	Biaya Perproduk	Total Biaya
2020	481680	664440	Rp 462.000.000	Rp 695	Rp 334.922.882

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Untuk produk mie glosor kuning tarif biaya gaji karyawan per produk yaitu Rp. 695 dari total biaya gaji karyawan sebesar Rp. 334.922.882 dibagi unit produksi sebesar 481.680.

3. Biaya Bahan Penolong

Selain biaya bahan baku dan biaya gaji karyawan, untuk memperlancar proses produksi, CV Taruna juga memakai biaya bahan penolong. Biaya-biaya tersebut meliputi BBM Solar Dex, Tawas, Plastik dan Karung.

Biaya bahan penolong yang telah dipakai oleh CV Taruna selama periode 2020 yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.6
Biaya Bahan Penolong
CV. Taruna Tahun 2020

Bahan Penolong	Harga	Satuan	Pemakaian	Cost BOP
BBM Solar	Rp 5.150	L	13872	Rp 71.440.800
Tawas	Rp11.000	Kg	1896	Rp 20.856.000
Plastik	Rp 1.200	Unit	798	Rp 957.600
Karung	Rp 1.600	Unit	18804	Rp 30.086.400
Total				Rp 123.340.800

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Berdasarkan data diatas biaya bahan penolong CV Taruna terdiri dari BBM Solar DEX, Tawas, Plastik dan Karung dengan total biaya bahan penolong untuk tahun 2019 yaitu sebesar Rp. 123.340.800.

Pengalokasian biaya bahan penolong untuk setiap produk mie glosor kuning dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7
Alokasi Pembebanan Biaya Bahan Penolong
CV Taruna tahun 2020

Nama Produk	Unit Produksi	Volume Produksi	Total BOP	Biaya Perproduk	Total Biaya
Mie Glosor	481680	664440	Rp 123.340.800	Rp 186	Rp 89.414.840

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Pada tahun 2020 alokasi biaya-biaya bahan penolong yang dibebankan untuk setiap produk mie glosor kuning dengan tarif biaya per produk yaitu sebesar Rp. 186 dari total biaya perproduk sebesar Rp. 89.414.840 dibagi total unit produksi 481.680.

4.3 Penetapan Harga Pokok Produksi dan harga jual CV Taruna

Harga pokok merupakan jumlah pengeluaran serta beban yang diterima oleh suatu perusahaan langsung maupun tidak langsung, untuk menghasilkan nilai suatu barang atau jasa didalam kondisi tertentu dan tempat dimana barang tersebut dapat digunakan atau dijual. Biaya produksi adalah biaya untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi, yang terdiri dari tiga elemen biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku (*Direct Material*) adalah biaya yang jumlahnya besar dalam menghasilkan suatu jenis produk. Bahan baku yang ada dalam usaha mie glosor CV Taruna diperoleh dengan cara membeli dari langganan.

2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja adalah upah atau kompensasi yang dibayarkan kepada karyawan yang bekerja dibagian produksi, tenaga kerja merupakan bagian yang terlibat langsung didalam proses produksi.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*) adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang terdiri dari berbagai macam biaya yang semuanya tidak dapat ditelusuri secara langsung terhadap produk atau aktivitas lainnya dalam upaya perusahaan untuk merealisasikan pendapatan. Harga pokok produksi dapat didefinisikan sebagai jumlah biaya produksi yang terdapat pada persediaan barang jadi sebelum barang tersebut laku terjual.

Perhitungan harga pokok produksi mie glosor kuning CV Taruna sebagai berikut :

Tabel 4.8
HPP Per Produk Mie Glosor Kuning Menurut Perusahaan
CV Taruna tahun 2020

No.	Mie Glosor Kuning	
1	Biaya Bahan Baku	Rp 2.725
2	Biaya Gaji Karyawan	Rp 695
3	Biaya Bahan Penolong	Rp 186
4	Total Biaya Perproduk	Rp 3.606
5	Unit Produksi	Rp 481.680
6	Total Keseluruhan Biaya Produksi	Rp 1.736.938.080
7	Harga	Rp 4.000

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Pada tahun 2020 Perusahaan CV Taruna menghitung harga pokok produksi mie glosor kuning dengan total keseluruhan biaya produksi sebesar Rp. 3.606 x 481.680 = Rp. 1.736.938.080 dan memiliki total biaya perproduk sebesar Rp. 3.606 yang meliputi biaya bahan baku sebesar Rp. 2.725, biaya gaji karyawan sebesar Rp. 695, biaya bahan penolong sebesar Rp. 186 dan unit produksi 481.680 dengan harga yang ditentukan perusahaan sebesar Rp. 4.000/Kg.

Tabel 4.9
Elemen Biaya Harga Pokok Produksi Mie Glosor Kuning
CV Taruna

Tahun	BBB	BTKL	BOP	Total	Unit	Per Unit
2020	Rp 1.312.480.133	Rp 334.922.882	Rp 89.414.840	Rp 1.736.817.855	481680	Rp 3.606

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Pada tahun 2020 perusahaan CV Taruna menghitung harga pokok produksi mie glosor kuning yang memiliki total biaya sebesar Rp. 1.736.817.855 dengan biaya bahan baku sebesar Rp. 1.312.480.133, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp. 334.922.882 serta biaya overhead pabrik sebesar Rp. 89.414.840 dan unit produksi 481.680 dengan harga pokok produksi per unit sebesar Rp. 3.606.

4.4 Langkah-langkah Target Costing

4.4.1 Menentukan Harga Pasar

Saat ini CV Taruna memiliki dua jenis produk mie glosor yaitu mie glosor kuning dan mie glosor merah, namun pada penelitian ini penulis memfokuskan pada produk mie glosor kuning dikarenakan produk tersebut memiliki daya jual tinggi untuk wilayah bogor dan masyarakat pun lebih cenderung menyukai mie glosor kuning dibandingkan mie glosor merah.

Penetapan target price pada produk mie glosor kuning yang ada di CV Taruna ditentukan berdasarkan kebijakan manajemen dan analisis biaya serta laba yang diharapkan. CV Taruna menetapkan harga jual untuk produk mie glosor kuning dengan harga Rp 4.000. Diharapkan dengan harga tersebut produk mie glosor CV Taruna dapat bersaing dengan produk sejenis yang beredar dipasaran.

4.4.2 Menentukan Target Laba

Penjualan produk yang dilakukan CV Taruna pada produk mie glosor kuning menentukan laba sebesar 15% dari harga jual per Kg.

Perhitungan target laba untuk produk mie glosor kuning :

$$\begin{aligned} \text{Target laba} &= \text{Harga Jual Per unit} - (100\% - 15\% \times \text{Biaya Per unit}) \\ &= \text{Rp. 4.000} - (85\% \times 4.000) \\ &= \text{Rp. 4.000} - \text{Rp. 3.400} \\ &= \text{Rp. 600} \end{aligned}$$

Pada produk mie glosor kuning laba yang sudah ditetapkan perusahaan sebesar Rp. 600/Kg.

4.4.3 Menentukan Biaya Per Produk

Dalam melakukan penjualan produk, perusahaan akan menghitung biaya atas produk yang diproduksinya sesuai dengan kebijakan dan tujuan perusahaan. CV Taruna sendiri pada produk mie glosor kuning menentukan biaya 85% dari harga jual yang ditetapkan sebesar Rp. 4.000 yaitu dengan biaya Rp. 3.400/Kg.

Perhitungan *target costing* untuk produk mie glosor kuning :

$$\begin{aligned} \text{Target biaya} &= \text{Harga jual per unit} - (100\% - 85\% \times \text{Biaya per unit}) \\ &= \text{Rp. 3.500} - (100\% - 85\% \times \text{Biaya per unit}) \\ &= \text{Rp. 4.000} - (15\% \times 3.500) \\ &= \text{Rp. 3.400} \end{aligned}$$

Pada produk mie glosor kuning biaya yang sudah ditetapkan perusahaan sebesar Rp. 3.400/Kg.

Tabel 4.10
Penjualan Mie Glosor Kuning
CV. Taruna tahun 2020

Penjualan Mie Glosor		Total Penjualan
Kuning	Merah	
Rp 1.926.720.000	Rp 731.040.000	Rp 2.657.760.000

(Sumber : Data CV. Taruna Bogor)

Berdasarkan tabel 4.10 tampak jelas penjualan terbesar yaitu ada pada mie glosor kuning dengan pendapatan penjualan sebesar Rp. 1.926.720.000 dari total penjualan sebesar Rp. 2.657.760.000.

Tabel 4.11
Analisis Perhitungan Biaya dan Laba Menurut CV. Taruna Tahun 2020

Harga	Unit Produksi	Biaya		Laba	
		Value	Total Biaya	Value	Total Laba
Rp 4.000	481680	Rp 3.606	Rp 1.736.938.080	Rp 394	Rp 189.781.920

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Pada tabel dapat diketahui besarnya biaya dan laba diperoleh CV. Taruna dari penjualan mie glosor kuning. Untuk biaya penjualan perproduk sebesar Rp. 3.606 dengan total biaya selama tahun 2020 sebesar Rp. 1.736.938.080 dan laba penjualan perproduk sebesar Rp. 394 dengan total laba selama tahun 2020 sebesar Rp. 189.781.920.

Tabel 4.12
Perhitungan Biaya dan Laba menggunakan Metode Target Costing

Harga	Unit Produksi	Biaya		Laba	
		Value	Total Biaya	Value	Total Laba
Rp 4.000	481680	Rp 3.400	Rp 1.637.712.000	Rp 600	Rp 289.008.000

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Dengan metode target costing untuk biaya penjualan perproduk sebesar Rp. 3.400 dengan total biaya sebesar Rp. 1.637.712.000 dan laba penjualan perproduk sebesar Rp. 600 dengan total laba sebesar Rp. 289.008.000.

4.5 Penerapan Target Costing Pada CV. Taruna Bogor

Untuk memenuhi target yang sesuai dengan biaya produksi yang diharapkan oleh perusahaan, maka penulis memberikan suatu alternatif sebagai pertimbangan perusahaan didalam pengambilan keputusan, dengan menggunakan prinsip *target costing* yaitu *value engineering* (rekayasa nilai).

Alternatif yang penulis berikan agar perusahaan tetap bisa mempertahankan kualitas produk yang diproduksi agar tetap memiliki kualitas yang unggul serta biaya yang lebih murah adalah sebagai berikut :

4.5.1 Biaya Bahan Baku Mie Glosor Kuning

Tabel 4.13
Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku Mie Glosor Kuning
CV. Taruna Tahun 2020

No	Keterangan	Bahan Baku	Harga	Satuan	Pemakaian	Cost Bahan Baku
1	Karena telah menjadi pembeli tetap peneliti menyarankan untuk nego dengan suplier lama agar lebih murah	Sagu Aren	Rp 6.800	Kg	217140	Rp 1.476.552.000
2	Peneliti menyarankan nego harga dengan suplier minyak kacang	Minyak Kacang	Rp 18.000	Kg	12384	Rp 222.912.000
3	Peneliti menyarankan nego dengan suplier pewarna makanan agar harga lebih murah	Pewarna	Rp550.000	Kg	73,8	Rp 40.590.000
Total						Rp 1.740.054.000
Biaya Perproduk						Rp 2.619
Total biaya						Rp 1.261.437.016

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Keterangan :

1. Peneliti menyarankan untuk nego dengan supplier bahan baku sagu aren yang sebelumnya Rp. 7.000/Kg menjadi Rp. 6.800/Kg.
2. Peneliti menyarankan nego dengan supplier minyak kacang agar harga lebih murah yaitu sebesar Rp. 18.000/Kg.
3. Peneliti menyarankan nego dengan supplier pewarna makanan agar lebih murah yaitu sebesar Rp. 550.000/Kg.

4.5.2 Tenaga Kerja Langsung

Tabel 4.14
Peningkatan Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Langsung
CV. Taruna Bogor Tahun 2020

Bagian	Jumlah Karyawan	Cost Gaji Bulanan	Cost Gaji Pertahun
Produksi	8	Rp 2.800.000	Rp 268.800.000
Pemasaran	1	Rp 2.500.000	Rp 30.000.000
Distribusi	4	Rp 2.800.000	Rp 134.400.000
Total			Rp 433.200.000
Biaya Perproduk			Rp 652
Total Biaya			Rp 314.044.573

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Keterangan :

Mengurangi gaji bagian produksi dan distribusi yang sebelumnya sebesar Rp. 3.000.000/ perbulan menjadi sebesar Rp. 2.800.000/ perbulan, sehingga untuk biaya perproduknya sebesar Rp. 652 dengan total biaya sebesar Rp. 314.044.573.

4.5.3 Biaya Overhead Pabrik

Tabel 4.15
Peningkatan Efisiensi Biaya Overhead Pabrik
CV. Taruna Bogor Tahun 2020

No	Keterangan	BOP	Harga	Pemakaian	Satuan	Cost BOP
1	Mempertahankan solar dikarenakan BBM untuk sekarang naik	BBM Solar	Rp 5.150	13872	L	Rp 71.440.800
2	Peneliti menyarankan untuk nego dengan suplier tawas agar harga lebih murah	Tawas	Rp 9.000	1896	Kg	Rp 17.064.000
3	Peneliti menyarankan untuk nego dengan suplier plastik agar harga lebih murah	Plastik	Rp 600	798	Unit	Rp 478.800
4	Peneliti menyarankan untuk nego dengan suplier karung agar harga lebih murah	Karung	Rp 1.200	18804	Unit	Rp 22.564.800
Total						Rp 111.548.400
Biaya Perproduk						Rp 168
Total Biaya						Rp 80.866.043

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Keterangan :

1. Mempertahankan bahan bakar solar dikarenakan untuk sekarang harga bahan bakar lainnya naik.
2. Peneliti menyarankan nego dengan suplier tawas agar harga lebih murah yaitu sebesar Rp. 9.000/Kg.
3. Peneliti menyarankan nego dengan suplier plastik agar harga lebih murah yaitu sebesar Rp. 600/ perunit.
4. Peneliti menyarankan nego dengan suplier karung agar harga lebih murah sebesar Rp. 1.200/ perunit.

Tabel 4.16
Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi
CV. Taruna Bogor Tahun 2020

No	Keterangan	Biaya Perusahaan	Target Costing	Selisih
1	Bahan Baku	Rp 2.725	Rp 2.619	Rp 106
2	Tenaga Kerja Langsung	Rp 695	Rp 652	Rp 43
3	Biaya Overhead Pabrik	Rp 186	Rp 168	Rp 18
Total		Rp 3.606	Rp 3.439	Rp 167
Unit Produksi		481680	481680	-
Total Keseluruhan Biaya Produksi		Rp 1.736.938.080	Rp 1.656.497.520	Rp 80.440.560
Harga		Rp 4.000	Rp 4.000	

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Dalam melakukan efisiensi biaya, penulis melakukan beberapa opsi untuk menurunkan biaya produksi. Penurunan biaya produksi dilakukan pada keseluruhan indikator biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku dengan melakukan nego harga dengan supplier agar harga lebih murah, menurunkan gaji sebagian karyawan untuk menekan biaya tenaga kerja, dan nego harga dengan supplier untuk menekan bahan penolong yang termasuk biaya overhead pabrik.

Opsi ini sangat berpengaruh dalam efisiensi biaya produksi yang awalnya sebesar Rp. 3.606 perproduk atau sebesar Rp. 1.736.938.080 pertahun turun menjadi sebesar Rp. 3.439 perproduk atau sebesar 1.656.497.520 pertahun. Sehingga dengan metode target costing terbukti dapat menurunkan biaya produksi sebesar Rp. 167 perproduk atau sebesar Rp. 80.440.560 pertahunnya.

Tabel 4.17
Metode Target Costing Setelah Rekayasa Nilai
CV. Taruna tahun 2020

Harga Jual	Unit Produksi	Biaya		Laba	
		Nilai Biaya	Total Biaya	Nilai Laba	Total Laba
Rp 4.000	481680	Rp 3.439	Rp 1.656.497.520	Rp 561	Rp 270.222.480

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Setelah melakukan rekayasa nilai seperti pada tabel diatas menunjukkan harga jual produk mie glosor kuning sebesar Rp. 4.000/Kg dengan biaya perproduknya sebesar Rp. 3.439 dan total biaya selama setahun sebesar Rp. 1. 656.497.520 memperoleh laba perproduk sebesar Rp. 561 dengan total laba pertahun sebesar Rp. 270.222.480.

Tabel 4.18
Perbandingan Biaya Perproduk dengan Perhitungan Perusahaan dan Perhitungan Target Costing Melalui Efisiensi Biaya Produksi Pada CV. Taruna

Tahun	Menurut Perusahaan	Menurut Target Costing	Selisih Biaya
2020	Rp 3.606	Rp 3.439	Rp 167

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Dengan melakukan rekayasa nilai pada CV. Taruna terbukti dapat mengefisienkan biaya produksi pada produk mie glosor kuning yang sebelumnya menyentuh biaya perproduk sebesar Rp. 3.606 untuk tahun 2020 menjadi Rp. 3.439 dengan selisih biaya Rp. 167 perproduk.

Tabel 4.19
Perbandingan Biaya Pertahun dengan Perhitungan Perusahaan dan Perhitungan Target Costing Melalui Efisiensi Biaya Produksi Pada CV. Taruna

Tahun	Menurut Perusahaan	Menurut Target Costing	Selisih Biaya
2020	Rp 1.736.938.080	Rp 1.656.497.520	Rp 80.440.560

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Dengan menerapkan metode target costing melalui efisiensi biaya produksi dapat menurunkan biaya pertahun produksi mie glosor kuning yang sebelumnya sebesar Rp. 1.736.938.080 untuk tahun 2020 menjadi Rp. 1.656.497.520 dengan kata lain CV. Taruna dapat menghemat biaya produksi sebesar Rp. 80.440.560 pertahunnya.

Hasil penelitian diatas dimana *target costing* merupakan alternatif yang tepat dalam menurunkan atau menekan biaya produksi, dimana dalam penelitian ini mengemukakan keberhasilan metode *target costing* dalam mengefisienkan biaya produksi pada CV. Taruna dengan menggunakan analisis metode rekayasa nilai produk pada tahap desain yang sangat menentukan karena sebagian besar biaya produk ditentukan dan dapat diantisipasi pada tahap desain. Dalam penelitian ini membahas usaha didalam penurunan biaya produksi pada produk mie glosor kuning dengan melakukan beberapa opsi diantaranya yaitu dengan menekan pemborosan yang terjadi pada saat pembelian bahan baku, pemakaian tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

Tabel 4.20
Perbandingan Laba Pertahun dengan Perhitungan Perusahaan dan Perhitungan Target Costing Melalui Efisiensi Biaya Produksi Pada CV. Taruna

Menurut Perusahaan	Menurut Target Costing
Rp 189.781.920	Rp 270.222.480

(Sumber : Data Primer yang diolah)

Hasil penelitian ini juga memberikan efek yang positif terhadap naiknya laba yang diperoleh perusahaan CV. Taruna selama periode 2020 yang sebelumnya menyentuh laba sebesar Rp. 189.781.920 dengan menerapkan metode *target costing* naik menjadi Rp. 270.222.480.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai Analisis Penrapan Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi (Studi Kasus Pada CV.Taruna Bogor Periode 2020), maka peneliti menarik kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Penentuan harga jual dan biaya produksi pada CV. Taruna masih menggunakan metode tradisional dengan tahapan menghitung biaya produksi lalu menentukan harga jual. Pada produk mie glosor kuning memiliki harga jual sebesar Rp. 4.000/Kg dengan biaya produksi sebesar Rp. 3.606/Kg untuk tahun 2020.
2. Penerapan *target costing* pada CV. Taruna dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi yang sebelumnya sebesar Rp. 3.606/Kg untuk tahun 2020 menjadi sebesar Rp. 3.439/Kg.
3. Sebelum menggunakan *target costing* biaya produksi yang dikeluarkan CV. Taruna untuk memproduksi mie glosor kuning yaitu sebesar Rp. 1.736.938.080 untuk tahun 2020. Dengan metode *target costing* biaya produksi tersebut dapat diefisiensikan menjadi sebesar Rp. 1.656.497.520.
4. Penerapan *target costing* juga memberikan efek yang positif terhadap naiknya laba yang diperoleh perusahaan CV. Taruna selama periode 2019-2020 yang sebelumnya menyentuh laba sebesar Rp. 189.781.920 dengan menerapkan metode *target costing* naik menjadi Rp. 270.222.480.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi (Studi Kasus Pada CV. Taruna Bogor Periode 2020), maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Pihak CV. Taruna Bogor
CV.Taruna Bogor merupakan perusahaan yang belum menggunakan metode target costing, perusahaan akan mendapatkan dampak yang positif apabila menggunakan metode target costing dalam perencanaan biayanya, karena dengan menggunakan metode target costing perusahaan dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi dan meningkatkan labanya. Penerapan target costing disesuaikan dengan tujuan CV. Taruna agar peningkatan efisiensi biaya produksi dapat tercatat dengan laba yang sudah ditentukan pada harga jualnya.
2. CV. Taruna Bogor dalam menentukan harga jual mie glosor masih tergolong tradisional yang menghitung harga pokok produksi dengan menjumlahkan seluruh biaya pemakaian bahan baku dan menghitung biaya tenaga kerja serta biaya *overhead* pabrik. Penerapan *target costing* diharapkan dapat menjadi pertimbangan perusahaan dalam penentuan biaya dan laba yang diharapkan secara maksimal,

sehingga alokasi biaya produksi dapat diukur dengan target biaya yang dianggarkan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan objek penelitian yang lebih banyak dan lebih luas, tidak hanya di perusahaan manufaktur saja. Peneliti dapat menggunakan perusahaan jasa seperti hotel, rumah sakit, perusahaan asuransi agar memperoleh informasi yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Blocher, Edward, dkk. 2012. *Manajemen Biaya*. Edisi 4. Salemba Empat, Jakarta.
- Bustami, Bastian dan Nurlela. 2012. *Akuntansi Biaya: Kajian Teori dan Aplikasi*. Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Garrison, Ray H.,Norren, Erick W dan Brewer, Peter C. 2013. *Akuntansi Manajerial*. Edisi 14. Salemba Empat, Jakarta.
- Gerungan, Henri Paulus. 2013. “Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada PT. Tropica Cocoprima”. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3.
- Hansen dan Mowen. 2012. *Akuntansi Managerial*. Edisi 8. Buku 1. Salemba Empat, Jakarta.
- Ikhsan, Arfan dan I.B. Teddy, Prianthara. 2012. *Akuntansi untuk Manajer*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Krismiaji dan Aryani, Y. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 2. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Kusumadewi, F. 2012. Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Produksi Pada Askha Jaya Lampung. Skripsi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Malue, Jurgen. 2013. “Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada PT Celebes Mina Pratama”. *Jurnal EMBA* 957. Vol.1, No.3.
- Mulyadi. 2014. *Akuntansi Manajemen Konsep Manfaat Dan Rekayasa*. Edisi ke 2. Bagian penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Salman, Kautsar R. 2013. *Akuntansi biaya pendekatan product costing*. Cetakan I. Akademia Permata, Jakarta.
- Salman, Kautsar R., Farid, Mochammad. 2016. *Akuntansi Manajemen: Alat Pengukurandan Pengambilan Keputusan Manajerial*. PT Indeks, Jakarta.
- Sujardi, Lukman. 2013. *Akuntansi biaya*. Cetakan I. PT Indeks, Jakarta.
- Sumarsan, Thomas. 2013. *Sistem Pengendalian Manajemen: Konsep, Aplikasi dan Pengukuran Kinerja*. Edisi kedua. PT Indeks, Jakarta.
- 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, Jakarta.

- Supriyono. 2013. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan*. Edisi Kedua. BPFE, Yogyakarta.
- Witjaksono, Armanto. 2013. *Akuntansi Biaya*. Edisi Revisi. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Satria Muharam. 2021. “Penerapan *Target Costing* Sebagai Upaya Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada CV Golden Foods Asia Raya Periode 2019”. Bogor. Skripsi, Universitas Pakuan Bogor.
- Fransiska Kusumadewi. 2021. “Analisis Pendekatan *Target Costing* Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Produksi Studi Kasus Pada Askha Jaya Lampung”. Yogyakarta. Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Yusuf Saefullah
Alamat : Kp. Setu RT 04 RW 03 Desa Cicadas, Kecamatan
Ciampea, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.
Tempat, tanggal lahir : Bogor, 16 Juli 1999
Agama : Islam
Pendidikan
• SD : MI Nurul Hidayah
• SMP : SMPN 2 Cibungbulang
• SMA : SMAN 1 Cibungbulang
• Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, 19 November 2022

Muhamad Yusuf Saefullah

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara

Berikut ini adalah beberapa pertanyaan wawancara yang diajukan kepada:

Narasumber : Bapak Eman Sulaiman
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Jabatan : Pemilik Perusahaan
Nama Perusahaan : CV. Taruna Kota Bogor

1. Profil UMKM CV. Taruna Kota Bogor

Saya : Perusahaan ini bergerak dalam memproduksi apa?
Bapak Eman : perusahaan ini memproduksi mi glosor
Saya : Apa yang menjadi alasan bapak untuk membuka usaha di bidang pembuatan mie glosor?
Bapak Eman : Sebenarnya alasannya turun temurun sih dari saya lahir sudah ada, cuman karena ini usaha menjanjikan dan bahan bakunya tidak sulit jadi tidak ada persaingan lah saya menjadi generasi ke-3 dalam usaha ini
Saya : Apakah bapak memiliki laporan keuangan?
Bapak Eman : Tidak, tetapi ada buku catatan keuangan harian
Saya : Bisakah diceritakan bagaimana sejarah berdirinya umkm ini?
Bapak Eman : Dahulu didirikan oleh kakek dari bapak eman, dan bapak eman sendiri baru meneruskan usaha ini pada tahun 1998

2. Tenaga Kerja atau Karyawan pada CV. Taruna

Saya : Berapa jumlah karyawan saat ini? Apakah ada peningkatan jumlah karyawan di bulan-bulan tertentu? (berapa jumlah karyawan dan pada bulan apa)?
Bapak Eman : Karyawan sekarang berjumlah 13 orang aktif untuk hari-hari biasa dan ada peningkatan jumlah karyawan pada bulan ramadhan menjadi 45 orang karyawan
Saya : Bagaimana cara bapak memilih karyawan? (apakah dari sekitar umkm bapak atau bagaimana)?

Bapak Eman : Karyawan yang di rekrut di cv. Taruna berada di sekitar lingkungan perusahaan kemudian di training lalu dipersiapkan untuk bulan ramadhan

Saya : Bagaimana sistem pengupahan yang diberikan kepada karyawan? Apakah harian/bulanan?

Bapak Eman : Sistem pengupahan dari cv. Taruna menggunakan sistem upah kalau untuk di bulan ramadhan sistem pengupahannya berbeda dengan harian biasa, yaitu dengan sistem borongan dengan target. Contoh: target 10 ton/ hari, perorang bisa per”bal” dengan berat isi sekitar 50 kg dengan dapat upah Rp. 1.500 / bal. Apabila mencapai target per-orang sekitar 200 bal mendapatkan upah sekitar kurang lebih Rp. 300.000/ hari

Saya : Berapa upah harian/bulanan para karyawan bapak?

Bapak Eman : Dengan nominal Rp. 110.000 / hari dan apabila lembur terdapat penambahan upah harian sekitar Rp. 20.000 – Rp. 25.000 dengan makanan dan minuman yang ditanggung oleh perusahaan

Saya : Untuk operasionalnya dari hari dan jam berapa?

Bapak Eman : Dari pukul 09.00 – 15.00 wib hari senin- sabtu

3. Produksi dan Pemasaran

Saya : Ada berapa jenis mie glosor yg dihasilkan pada umkm ini? Apa saja?

Bapak Eman : Terdapat 2 macam jenis dari mie glosor ini yang dibedakan dengan warna itu sendiri yaitu, untuk pemasaran di wilayah bogor warna mie glosor yang di jual berwarna kuning, sedangkan untuk wilayah cianjur dan cipanas berwarna merah

Saya : Apa saja bahan baku dan peralatan dari pembuatan mie glosor ini?

Bapak Eman : Bahan baku utama : sagu aren, pewarna makanan dan minyak kacang Bahan penolong : air, tawas, BBM solar dex, plastic dan karung Peralatan : Ayakan, Mesin pengaduk, Mesin hidrolis pembuat mi, Tungku, Kompor, Drum, Timbangan

Saya : Dari mana bahan baku untuk produksi pembuatan mie glosor ini?

Bapak Eman : Bahan baku sagu aren berasal dari pohon aren yang berasal dari daerah sekitar sukabumi

- Saya : Kira-kira pembuatan mie glosor ini dalam 1 hari bisa menghabiskan berapa ton bahan baku?
- Bapak Eman : Tergantung pemesanan, apabila pemesanan mencapai 4 ton perusahaan ini menggunakan sagu sekitar 9 kwintal (875 – 900 kg). 1 kg bahan baku sagu bisa menjadi 3.8 kg mie glosor setelah melalui proses. Itupun dengan catatan keahlian orang yang mengerjakan, pemilihan sagu aren,
- Saya : Untuk penjualan mie glosor ini pemasarannya di daerah mana saja?
- Bapak Eman : Pemasaran dari cv. Taruna ini kurang lebih 90% di wilayah bogor dan 10% di wilayah cianjur
- Saya : Produksi dalam pembuatan mie glosor ini apakah berdasarkan pesanan atau hanya dibuat untuk dijual langsung?
- Bapak Eman : Lebih untuk melakukan produksi dahulu di karenakan adanya pelanggan tetap
- Saya : Bagaimanakah jika ada pesanan yang harus diproduksi, apakah mendahulukan pesanan atau produk yang akan dijual?
- Bapak Eman : CV. Taruna lebih mendahulukan produksi karena mempunyai langganan tetap. Misal cv. Taruna menargetkan memproduksi mie glosor sekitar 2 - 3 ton/ hari untuk stok mie glosor karena menurut penuturan bapak eman, pelanggan tetap tersebut pasti akan membeli mie glosor karena untuk berjualan kembali

4. Pandemi Covid-19

- Saya : Apakah bapak mengalami penurunan omset di era pandemi saat ini? Kira” terjadi penurunan berapa persen akibat pandemi covid ini?
- Bapak Eman : Selama pandemic cv. Taruna mengalami penurunan omzet sekitar 50% dikarenakan daya beli masyarakat yang melemah akibat dari pandemic ini dan tidak ada cash flow di masyarakat. Namun setelah sekitar beberapa bulan terakhir ini omzet dari cv. Taruna kembali meningkat sekitar 20% .
- Saya : Apakah bapak mendapatkan bantuan dari pemerintah? Seperti program pen (pemulihan ekonomi nasional)?
- Bapak Eman : tidak pernah sama sekali
- Saya : Pada saat pandemi covid apakah bapak pernah mengalami sulitnya dalam memperoleh bahan baku, permodalan, pelanggan yg menurun, distribusi dan produksi terhambat?

Bapak Eman : Untuk bahan baku sendiri agak sulit di dapat ketika musim penghujan datang, tetapi di beberapa tempat seperti Cianjur Garut dan Sukabumi masih menyediakan stok bahan baku untuk pembuatan mie glosor ini sehingga untuk stok bahan baku mie glosor masih tergolong aman. Meskipun pohon aren dalam arti “tidak bisa ditanam langsung oleh manusia, tetapi oleh musang dengan cara dimakan buahnya oleh musang lalu setelah buang air besar biji pohon aren yang telah di makan oleh musang tadi bisa menumbuhkan pohon aren tersebut. Untuk bisa dijadikan bahan baku pohon aren yang dipanen minimal berusia 4-5 tahun

5. Pendapatan/ Omzet

Saya : Untuk harga jual satuannya berapa ribu rupiah per kg?

Bapak Eman : 4000/ kg

Saya : Bagaimana bapak menentukan harga mie glosor yang akan dijual?

Bapak Eman : Untuk harga jual tergantung konsumen. Misal pengepul membeli sekitar 500 kg dan perorangan sekitar 2 bal (100 kg) harga jual untuk pengepul itu lebih murah karena membeli banyak produk dengan selisih sekitar Rp. 200/ kg. Harga untuk wilayah Bogor dan Cianjur sama yaitu menyesuaikan dengan harga pasar yang terjadi, misal dapat membeli 500 kg/ hari dengan uang cash bisa lebih murah

Saya : Berapa omzet yang dihasilkan dalam sebulan dari kegiatan produksi ini?

Bapak Eman : Untuk omzet kotor bisa menghasilkan sekitar ± Rp. 300.000.000/ bulan

Saya : Menurut bapak bagaimana prospek usaha ini kedepannya?

Bapak Eman : Prospek ke depan cv. Taruna tidak hanya memproduksi mie glosor saja, tetapi lebih banyak produk seperti otak-otak, baso kwetiaw sehingga menurut bapak eman, jangan sampai mengambil dari luar Bogor

Lampiran 2 Proses Produksi Mi Glosor CV. Taruna

Proses pembuatan mie glosor terdiri atas beberapa tahap, yaitu pembentukan adonan pencetakan pemasakan, perendaman, dan penirisan. Berikut ini adalah penjelasannya

- 1) Tahap Awal, Sagu Aren Diayak Menggunakan Ayakan



Gambar 7 Proses Pengayakan Sagu Aren

- 2) Sagu aren ditambahkan air dan pewarna makanan yang diaduk dan dipanaskan hingga membentuk seperti dodol/ lem. Sagu kering, ditambahkan ke dalam adonan pati yang berbentuk dodol/lem sambal terus diaduk hingga adonan kalis menggunakan mesin pengaduk otomatis.



Gambar 8. Proses Pengadukan Adonan Mi Glosor

- 3) Selanjutnya adonan di press dan dicetak menggunakan mesin hidrolik dengan cetakan mi yang ditempatkan di atas rak. Setiap rak berisi satu lapis helaian mi.



Gambar 9. Proses Pencetakan Menggunakan Mesin *Press* Hidrolik

- 4) Yang kemudian direbus dengan memasukkan mi ke dalam air mendidih sambil diaduk sampai mi mengapung kemudian diangkat.



Gambar 10. Proses Perebusan Mi Glosor

- 5) Mi yang telah diangkat ini kemudian dimasukkan ke dalam wadah drum berisi air dingin untuk mencuci mie dengan dua kali pencucian. Mie kemudian dibiarkan beberapa saat sebelum diangkat dan ditiriskan.



Gambar 11. Drum Ember Berisi Air Dingin untuk Merendam dan Mencuci Mi Glosor

- 6) Untuk mencegah mie lengket satu sama lain maka mie perlu diolesi dengan minyak kacang.



Gambar 12. Proses Pengolesan Mi Glosor dengan Minyak Kacang

7) Lalu ditimbang dan dilakukan pengemasan menggunakan karung



Gambar 13. Proses Penimbangan dan Pengemasan Mi Glosor

