



**IMPLEMENTASI *TARGET COSTING* DALAM PENGELOLAAN  
BIAYA PRODUKSI UNTUK OPTIMALISASI LABA (STUDI KASUS  
CV SE2 TOYS)**

Skripsi

Diajukan Oleh :

Maya Puspita Sari

022117112

[Maya.puspitasari99@gmail.com](mailto:Maya.puspitasari99@gmail.com)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PAKUAN**

**BOGOR**

**2022**

**IMPLEMENTASI *TARGET COSTING* DALAM PENGELOLAAN  
BIAYA PRODUKSI UNTUK OPTIMALISASI LABA (STUDI KASUS  
CV SE2 TOYS)**

Skripsi

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

Mengetahui,

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



Ketua Program Studi Akuntansi  
(Dr. Arief Tri Hardianto, Ak., MBA., CMA.,  
CCSA., CSEP., QIA.)

**IMPLEMENTASI *TARGET COSTING* DALAM PENGELOLAAN  
BIAYA PRODUKSI UNTUK OPTIMALISASI LABA (STUDI KASUS  
CV SE2 TOYS)**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada Hari : Rabu, 2 Februari 2022

Maya Puspita Sari

022117112

Disetujui

Ketua Penguji Sidang,

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



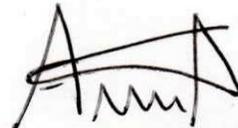
Ketua Komisi Pembimbing,

(Ketut Sunarta, Ak., M.M., C.A., PIA)



Anggota Komisi Pembimbing,

(Abdul Kohar, S.E., M.Ak., CSR.P., CTCP., CPSP)



Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maya Puspita Sari

NPM : 022117162

Judul Skripsi : Implementasi *Target costing* Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba (Studi Kasus CV Se2 Toys)

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

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis 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, Januari 2022



Maya Puspita Sari  
022117112

**© 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 hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.*

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

## ABSTRAK

Maya Puspita Sari. 022117112. Implementasi *Target costing* Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba (Studi Kasus CV Se2 Toys). Di bawah bimbingan: Ketut Sunarta dan Abdul Kohar. 2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan metode *target costing* terhadap pengelolaan biaya produksi untuk optimalisasi laba pada perusahaan CV Se2 Toys. Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis deskriptif dengan teknik penelitian kuantitatif dan kualitatif *non statistic*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Dari hasil analisis data, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi *target costing* dapat mempengaruhi dalam meningkatkan efisiensi biaya pada CV Se2 Toys. Penerapan *target costing* menjadi metode yang tepat dalam pengurangan biaya produksi dan optimalisasi laba. Hal ini dikarenakan setelah dilakukan rekayasa nilai produk Beruang 1 Meter dengan harga jual Rp119.000 memiliki biaya sebesar Rp86.484 atau rasio 72,68%, dan memiliki laba sebesar Rp32.516 atau rasio 27,32%. Pada produk Kuda Poni L dengan harga jual Rp29.000 memiliki biaya sebesar Rp18.572 atau rasio biaya sebesar 64,04% , dan memiliki laba sebesar Rp10.428 atau rasio laba 35,96% . Rekayasa nilai produk Keropi 1 Meter dengan harga jual Rp110.000 memiliki biaya sebesar Rp85.984 atau rasio biaya sebesar 78,17%, dan memiliki laba sebesar Rp24.016 atau rasio laba sebesar Rp21,83%. Rekayasa nilai pada produk Panda XL dengan harga jual Rp90.000 memiliki biaya sebesar Rp61.487 atau rasio biaya sebesar 68,32%, dan memiliki laba sebesar Rp28.513 atau memiliki rasio laba 31,68%. Hasil penelitian penerapan *target costing* merupakan penerapan yang tepat dilakukan untuk menurunkan atau mengelola biaya produksi pada CV Se2 Toys.

Kata kunci: Pengelolaan Biaya Produksi, Harga Jual, Laba

## PRAKATA

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Tidak lupa pula shalawat serta salam kepada nabi kita Nabi Muhammad SAW kepada keluarganya, kepada sahabatnya, kepada pengikut beliau sehingga kita termasuk kepada pengikut beliau yang istiqamah.

Proposal penelitian ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana bagi mahasiswa program strata satu (S1) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor dengan judul **“Implementasi *Target costing* Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba (Studi Kasus CV Se2 Toys)”**. Dalam kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis dari awal perkuliahan sampai dengan penyusunan proposal penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua saya Bapak (Alm) H.Endang Ruhyadi dan Ibu HJ. Nanih, Kakak dan Adik tercinta yaitu Siti Rochmayati, Suherman, Nina Verawati, Didi Sopian, Muhammad Hasan, Nita Lestari, Jasmine Shyfa Ramadhani, Khoirul Reagan Adzzikri, Adzkia Dinda Thafana, Khalid Rezvan Al-Latif dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu mendoakan dari kecil sampai sekarang, semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.
2. Bapak Prof. Dr. H. Bibin Rubini, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., C.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor.
4. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA., CFE. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor.
5. Bapak Ketut Sunarta, Ak., M.M., C.A.PIA. Selaku Ketua Komisi Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam pembuatan proposal penelitian ini.
6. Bapak Abdul Kohar, S.E., M.Ak., CSR.P., CTCP., CPSP. Selaku Anggota Komisi Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan serta dukungan kepada penulis dalam pembuatan proposal penelitian ini.
7. Bapak dan Ibu dosen yang telah mengajarkan penulis dari awal perkuliahan sampai akhir perkuliahan yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.
8. Kepada segenap Staf Dosen dan Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor.

9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 kelas C Jurusan Akuntansi yang memberikan banyak pembelajaran kepada penulis.
10. Sahabat-sahabat yang menjadi suka duka dalam menjalani kehidupan dan selalu memberikan motivasi, kepada Shifa Amalia, Veggy Pradasari, Rafika Guci, Liesda Wachyuni, Maya Wulansari, Syifaa Auliyaa, Erliya Ayu, dan Nita Fitriyani.
11. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal ini kepada Anggi, Intan, Nurul, Nita, Efriyanto, M. Ilham, Shania, Latifah, Umi, Fitri, Rospida, Thaniya, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
12. Kepada Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook. Terimakasih karena telah menemani penulis dalam menyusun dan memberikan motivasi serta semangat melalui semua karyanya.
13. Semua pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan proposal ini.
14. Terima kasih untuk diri saya sendiri karena telah berjuang hingga saat ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata kesempurnaan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bisa dijadikan pembelajaran bagi khususnya penulis sendiri untuk masa yang akan datang dan juga untuk orang lain.

Akhir kata penulis berharap dengan adanya proposal penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman bagi pihak yang akan membacanya. Amin ya Rabbal Alamin.

Bogor, Januari 2022

Maya Puspita Sari

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SIDANG SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PRODI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TELAH DISIDANGKAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA</b> .....	<b>iv</b>
<b>HAK CIPTA</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan dan Identifikasi Masalah .....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	4
1.2.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.3.1 Maksud Penelitian .....	5
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
1.4.1 Kegunaan Praktik .....	5
1.4.2 Kegunaan Akademis.....	5
<b>BAB II</b> .....	<b>6</b>
<b>TINJUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Akuntansi Manajemen .....	6
2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen.....	6
2.1.2 Peran Akuntansi Manajemen.....	6

2.1.3	Karakteristik Akuntansi Manajemen .....	7
2.2	Akuntansi Biaya.....	8
2.2.1	Pengertian Akuntansi Biaya .....	8
2.2.2	Tujuan Akuntansi Biaya .....	9
2.2.3	Peranan Akuntansi Biaya.....	10
2.3	Konsep Biaya.....	10
2.3.1	Pengertian Biaya.....	10
2.3.2	Objek Biaya .....	11
2.3.3	Klasifikasi Biaya.....	12
2.4	Biaya Produksi.....	15
2.4.1	Pengertian Biaya Produksi.....	15
2.4.2	Klasifikasi Biaya Produksi .....	15
2.4.3	Metode Penentuan Biaya Produksi.....	16
2.5	Harga Pokok Produksi .....	18
2.5.1	Pengertian Harga Pokok Produksi.....	18
2.5.2	Penentuan Harga Pokok Produksi .....	18
2.6	Laba Usaha .....	19
2.6.1	Pengertian Laba Usaha .....	19
2.7	<i>Target costing</i> .....	20
2.7.1	Pengertian <i>Target costing</i> .....	20
2.7.2	Prinsip <i>Target costing</i> .....	20
2.7.3	Karakteristik <i>Target costing</i> .....	21
2.7.4	Tahap-tahap Implementasi <i>Target costing</i> .....	21
2.8	Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran.....	22
2.8.1	Penelitian Sebelumnya .....	22
2.8.2	Kerangka Pemikiran .....	27
	<b>BAB III.....</b>	<b>29</b>
	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	29
3.2	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	29
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	29

3.4	Operasionalisasi Variabel .....	30
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.6	Metode Pengolahan/Analisis Data.....	31
	<b>BAB IV .....</b>	<b>32</b>
	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	32
4.1.1	Sejarah CV Se2 Toys.....	32
4.1.2	Kegiatan Usaha.....	32
4.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	33
4.2	Identifikasi Proses Produksi Boneka CV Se2 Toys.....	34
4.3	Perhitungan Harga Pokok Produksi pada CV Se2 Toys.....	35
4.3.1	Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Perusahaan.....	35
4.3.4	Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut <i>Target costing</i> .....	45
4.4.	Pembahasan dan Interpretasi.....	56
4.4.1	Penerapan Metode <i>Target costing</i> dalam Penghematan Biaya .....	56
4.4.2	Perbedaan Biaya Produksi menurut Perusahaan dan <i>Target costing</i> .....	58
4.4.3	Metode <i>Target costing</i> dalam Pengurangan Biaya Menggunakan Rekayasa Nilai.....	61
	<b>BAB V .....</b>	<b>64</b>
	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1	Simpulan .....	64
5.2	Saran .....	64
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
	<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>68</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Harga Jual Tahun 2020.....	3
Tabel 2.1 Penggolongan Biaya.....	12
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	30
Tabel 4.1 Peralatan dalam Memproduksi Boneka.....	32
Tabel 4.2 Data Penjualan CV Se2 Toys Tahun 2020 .....	36
Tabel 4.3 Data Pemakaian Biaya Bahan Baku Boneka Beruang pada Tahun 2020.....	36
Tabel 4.4 Data Pemakaian Bahan Baku Boneka Kuda Poni pada Tahun 2020.....	37
Tabel 4.5 Data Pemakaian Bahan Baku Boneka Keropi pada Tahun 2020.....	37
Tabel 4.6 Data Pemakaian Bahan Baku Boneka Panda XL pada Tahun 2020.....	38
Tabel 4.7 Biaya Bahan Baku per Unit CV Se2 Toys Tahun 2020.....	39
Tabel 4.8 Biaya Tenaga Kerja CV Se2 Toys Tahun 2020 .....	39
Tabel 4.9 Alokasi Pembebanan Biaya Tenaga Kerja CV Se2 Toys Tahun 2020.....	40
Tabel 4.10 Biaya Overhead Pabrik CV Se2 Toys Tahun 2020.....	41
Tabel 4.11 Biaya Pengemasan CV Se2 Toys Tahun 2020.....	41
Tabel 4.12 Alokasi Pembebanan Biaya Overhead Pabrik CV Se2 Toys Tahun 2020.....	42
Tabel 4.13 Tarif Biaya HPP per Produk Menurut Perusahaan CV Se2 Toys .....	43
Tabel 4.14 Biaya Harga Pokok Produksi Menurut Perusahaan CV Se2 Toys .....	44
Tabel 4.15 Analisis Perhitungan Persentase Biaya dan Laba (Menurut Perusahaan) CV Se2 Toys Tahun 2020.....	45
Tabel 4.16 Daftar Harga Pasar.....	45
Tabel 4.17 Penjualan Produk CV Se2 Toys Tahun 2020.....	47
Tabel 4.18 Perhitungan Persentase Biaya dan Laba ( <i>Target costing</i> ) CV Se2 Toys.....	48
Tabel 4.19 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku Beruang 1 Meter.....	49
Tabel 4.20 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku Kuda Poni L.....	50
Tabel 4.21 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku Keropi 1 Meter.....	51
Tabel 4.22 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku Panda XL.....	52
Tabel 4.23 Peningkatan Efisiensi Biaya Tenaga Kerja.....	53

Tabel 4.24 Peningkatan Efisiensi Biaya Overhead Pabrik.....	54
Tabel 4.27 Perbandingan Biaya Produksi CV Se2 Toys Tahun 2020.....	56
Tabel 4.28 Perbandingan Biaya Produksi per Unit CV Se2 Toys Tahun 2020.....	57
Tabel 4.29 Perbandingan dalam Efisiensi Biaya Produksi Beruang 1 Meter Menurut Perusahaan dan Menurut <i>Target costing</i> .....	57
Tabel 4.30 Perbandingan dalam Efisiensi Biaya Produksi Kuda Poni L Menurut Perusahaan dan Menurut <i>Target costing</i> .....	58
Tabel 4.31 Perbandingan dalam Efisiensi Biaya Produksi Keropi 1 Meter Menurut Perusahaan dan Menurut <i>Target costing</i> .....	59
Tabel 4.32 Perbandingan dalam Efisiensi Biaya Produksi Panda XL Menurut Perusahaan dan Menurut <i>Target costing</i> .....	60
Tabel 4.33 Metode <i>Target costing</i> Setelah Rekayasa Nilai CV Se2 Toys.....	61
Tabel 4.34 Perbandingan Target Biaya per Unit Produk Menurut Perusahaan dan <i>Target costing</i> Setelah Rekayasa Nilai.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PMI Manufaktur Indonesia Tahun 2020.....	1
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV Se2 Toys.....	33
Gambar 4.2 Kegiatan Produksi CV Se2 Toys.....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	69
Lampiran 2 .....	70

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi ini persaingan dalam bidang usaha semakin ketat dan kompleks. Dalam persaingan global perusahaan tidak hanya bersaing dengan perusahaan lokal tetapi juga bersaing dengan perusahaan asing hal ini dinamakan perdagangan bebas. Perdagangan bebas ini terjadi di berbagai kalangan industri terutama di bidang manufaktur. Keberadaan pasar bebas telah disepakati oleh negara-negara di Asia Tenggara untuk dapat memberikan kebebasan dalam hal impor/ekspor produk serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Perdagangan bebas membawa dampak bagi perekonomian di Indonesia. Dalam perdagangan bebas memberikan dampak positif bagi perusahaan di Indonesia yaitu dapat mengeksportkan produknya, tetapi juga memberikan dampak negatif salah satunya perusahaan asing yang dapat dengan mudah untuk memperdagangkan produk mereka di Indonesia. Dengan adanya perdagangan bebas menimbulkan persaingan dalam sektor manufaktur akan semakin tinggi.



Gambar 1.1 PMI Manufaktur Indonesia Tahun 2020

Menurut katadata *Purchasing Managers' Index* (PMI) Manufaktur Indonesia tercatat sebesar 47,2 pada September 2020. Nilai tersebut turun empat poin dibandingkan bulan sebelumnya yang sebesar 50,8 sekaligus menjadi penurunan pertama sejak April 2020. Akibat adanya pandemik Covid-19 permintaan dan *output* produk manufaktur kembali menurun. Dengan adanya penurunan ini perusahaan di Indonesia harus menghasilkan produk dengan kualitas baik dan harga yang terjangkau untuk bersaing dengan kompetitor.

Dalam persaingan yang ketat ini industri kecil dan menengah perlu mengikuti pangsa pasar yang ada yaitu dengan menciptakan produk barang atau jasa yang memiliki harga yang ditawarkan lebih rendah dari para pesaing. Oleh karena itu, hal yang harus dilakukan perusahaan dengan mengurangi biaya yang dikeluarkan pada saat proses produksi. Salah satu metode yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah *target costing*.

Menurut Kumalasari dikutip dari (Oktaviantri, 2019) *Target costing* merupakan penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar yang kompetitif dengan demikian perusahaan memperoleh laba yang diharapkan. Melalui *target costing* dapat diketahui beberapa besar selisih biaya yang dianggarkan dengan biaya yang terjadi yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai keuntungan.

*Target costing* menjadi sebuah metode dalam akuntansi biaya yang mengatur tentang bagaimana perencanaan laba dan manajemen biaya yang memfokuskan dalam menentukan harga jual produk atau jasa untuk dapat mencapai laba yang diinginkan tetapi tetap dapat memakai harga yang setara dengan harga pasar. Harga jual yang diterapkan oleh unit usaha merupakan cerminan bagi pelanggan seberapa baik kualitas produk atau jasa tersebut. Ketika perusahaan menginginkan harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, pihak perusahaan atau manajemen harus memikirkan bagaimana langkah awal yang harus dilakukan dalam menentukannya.

Penerapan *target costing* menyebabkan perusahaan harus mengurangi biaya-biaya dalam proses produksinya dengan ketat sehingga mendapatkan harga produk atau jasa yang kompetitif tetapi tetap menghasilkan laba untuk perusahaan. Penerapan *target costing* membuat perusahaan dapat mengelola biaya yang dikeluarkan dengan sangat baik dan dapat membuat manajemen melakukan pengembangan dan perancangan produknya tidak lebih dari target biaya yang telah ditetapkan perusahaan. Manajemen perusahaan memiliki tugas tambahan dalam hal penetapan harga jual, biaya yang telah terjadi (biaya aktual) harus diteliti lebih jauh lagi agar biaya-biaya yang sudah dikeluarkan kedepannya bisa dikuras sehingga harga dari produk yang dihasilkan bisa memiliki biaya produksi yang lebih rendah dengan tidak mengurangi kualitas dari produk yang dihasilkan. Metode *target costing* dapat digunakan oleh semua perusahaan yang bersaing baik perusahaan lokal maupun perusahaan asing. Salah satu perusahaan yang dapat menerapkan metode ini adalah CV Se2 Toys.

CV Se2 Toys merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi boneka. Perusahaan ini memproduksi berbagai jenis boneka mulai dari boneka beruang, kuda poni, keroppi dan panda. Guna memenuhi permintaan konsumen CV Se2 Toys dituntut harus menghasilkan barang yang memiliki nilai dan berkualitas baik, sehingga manajemen pada perusahaan ini memerlukan suatu metode yang dapat mengatur permasalahan dalam penentuan harga pokok produksi.

CV Se2 Toys masih menggunakan metode tradisional dalam menentukan harga jual dan keuntungan berdasarkan biaya yang dikeluarkan seperti biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, biaya *overhead* pabrik, dan biaya lainnya. Pembebanan atas biaya tidak langsung dalam menentukan biaya *overhead* yang dilaksanakan selama proses produksi tidak diperhitungkan secara rinci untuk mengetahui besaran biaya yang sebenarnya dikeluarkan untuk satu unit produk. CV Se2 Toys juga tidak mengklasifikasikan jenis-jenis biaya yang dilakukan pada saat produksi sehingga hal ini mengakibatkan harga jual yang ditetapkan pada perusahaan ini terlalu tinggi di pasaran.

Tabel 1.1 Perbedaan Harga Jual Tahun 2020

Jenis Boneka	CV Se2 Toys	Toko Lain
Beruang 1 meter	Rp135.000	Rp108.000 - Rp119.000
Kuda Poni L	Rp35.000	Rp29.000 - Rp30.000
Keroppi 1 meter	Rp135.000	Rp104.000 - Rp110.000
Panda (XL)	Rp100.000	Rp70.000 - Rp90.000

(Sumber: Data Riset)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dilihat bahwa harga boneka beruang berukuran 1 meter, di CV Se2 Toys mematok harga Rp135.000, sedangkan di toko lain harga dari boneka beruang berukuran 1 meter sekitar Rp108.000 – Rp119.000. Untuk harga boneka kuda poni berukuran L CV Se2 Toys mematok harga pasar sebesar Rp35.000, sedangkan di toko lain harga boneka kuda poni berukuran L sekitar Rp29.000 – Rp30.000. Untuk harga boneka keroppi 1 meter CV Se2 Toys mematok harga pasar sebesar Rp135.000, sedangkan di toko lain harga boneka keroppi berukuran 1 meter Rp104.000 - Rp110.000 dan untuk boneka panda berukuran XL CV Se2 Toys mematok harga pasar Rp100.000, sedangkan di toko lain harga boneka panda XL sekitar Rp70.000 – Rp90.000. Dengan terjadinya perbedaan harga tersebut mengakibatkan penjualan pada boneka keroppi berukuran 1 meter terlalu rendah dan tidak mencapai target yang diinginkan oleh perusahaan dikarenakan harga yang terlalu tinggi. Dengan penerapan *target costing* CV Se2 Toys ini dapat menentukan harga pasar dan laba yang akan diperoleh terlebih dahulu dan dengan itu pengeluaran pada biaya produksinya dapat ditentukan sesuai dengan yang dianggarkan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Pioh, Manossoh and Tirayoh, 2019) dengan judul “Analisis Penerapan *Target costing* sebagai Alat Bantu untuk Meminimalkan Biaya Produksi dalam Rangka Mengoptimalkan Perolehan Laba pada Ud. Acong Bakery” menunjukkan bahwa dengan adanya penerapan *target costing* dapat mengurangi biaya produksi yang dimana sebelumnya biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp120.365.014 dan setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp111.581.041. hal ini menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan antara metode yang dipakai oleh perusahaan dengan *target costing*. Metode *target costing* dapat menekan biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Hal itu dapat memberikan dampak baik bagi perusahaan dalam memperoleh laba. Untuk itu sebaiknya perusahaan mampu meningkatkan perencanaan terhadap biaya-biaya produksi sehingga biaya yang dikeluarkan perusahaan lebih efisien.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas maka penulis termotivasi untuk melakukan penerapan metode *target costing* pada CV Se2 Toys dengan harapan dapat membantu mengatasi masalah dalam pengelolaan biaya produksi yang mempengaruhi harga jual CV Se2 Toys. Dengan ini penulis bermaksud melakukan penelitian yang berjudul “IMPLEMENTASI *TARGET COSTING* DALAM PENGELOLAAN BIAYA PRODUKSI UNTUK OPTIMALISASI LABA (STUDI KASUS CV SE2 TOYS).

## **1.2 Perumusan dan Identifikasi Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah belum diterapkannya metode *target costing* dalam pengelolaan biaya produksi untuk penentuan harga jual dan laba yang ditetapkan oleh CV Se2 Toys, Biaya produksi yang diterapkan serta laba yang dihasilkan masih belum konsisten, dan terdapat kekurangan dalam mengoptimalkan laba pada CV Se2 Toys karena harga produksi yang tinggi.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengurangan biaya produksi untuk mengoptimalkan laba dalam metode *target costing* pada CV Se2 Toys?
2. Apakah terdapat perbedaan antara biaya produksi dan peningkatan laba yang diterapkan pada CV Se2 Toys dengan biaya produksi dan peningkatan laba dengan metode *target costing*?
3. Apakah *target costing* menjadi metode yang tepat dalam pengurangan biaya produksi dan optimalisasi laba pada CV Se2 Toys?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk menerapkan pengelolaan biaya produksi dan mengoptimalkan laba dengan metode *target costing* agar bisa menetapkan harga jual yang bisa bersaing di pasaran. Dengan menerapkan perhitungan *target costing* nantinya akan memberikan masukan dan dampak lebih baik terhadap perusahaan CV Se2 Toys.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengurangan biaya produksi serta mengoptimalkan laba yang efisien dalam metode perhitungan *target costing* pada CV Se2 Toys.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan biaya produksi dan peningkatan laba yang diterapkan oleh CV Se2 Toys dengan biaya produksi dan peningkatan laba dengan menggunakan metode *target costing*.
3. Untuk mengetahui *target costing* sebagai metode yang tepat dan efisien dalam pengurangan biaya produksi serta pengoptimalisasian laba pada CV Se2 Toys.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat yang dapat berguna bagi semua kalangan, sehingga maksud dan tujuan dari penelitian ini dapat tersampaikan dengan baik. Penelitian ini mempunyai kegunaan, antara lain:

#### **1.4.1 Kegunaan Praktik**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau sumbangan informasi terhadap pihak perusahaan dalam menghadapi masalah yang ada khususnya mengenai konsep dalam menentukan biaya produksi yang efisien serta dapat menjadi bahan informasi kepada masyarakat mengenai konsep penentuan biaya produksi dan penghasilan laba yang tepat.

#### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terutama bagi penulis sebagai gambaran atau pengalaman ketika nanti ketika terjun pada dunia kerja, dengan ini peneliti dapat mempraktekkan secara langsung teori yang diperoleh pada masa perkuliahan serta dapat memberikan sebuah ilmu pengetahuan mengenai penerapan *target costing* dalam menentukan biaya produksi yang efektif dan efisien untuk menghasilkan laba yang optimal serta dapat menjadikannya penelitian ini referensi bagi para pembaca dalam melakukan penelitian.

## **BAB II**

### **TINJUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Akuntansi Manajemen**

##### **2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen**

Akuntansi merupakan sebuah proses menganalisis dan menyajikan sebuah laporan atau aktivitas transaksi yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat memberikan informasi berguna bagi pemakainya. Dengan informasi ini manajemen perusahaan dapat mempermudah dalam mengambil keputusan perusahaan. Menurut (Dunia, Abdullah and Sasongko, 2018) Akuntansi manajemen yaitu

Bidang akuntansi yang mempunyai banyak kepentingan dengan sistem akuntansi dan informasi akuntansi yang dihasilkan dan juga merupakan pihak yang diberikan tanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan perusahaan.

Menurut (Hariyani, 2018) akuntansi manajemen adalah laporan keuangan yang disusun sebagai informasi yang berguna bagi pihak internal perusahaan untuk pengambilan keputusan dan tidak dipublikasikan untuk pihak eksternal. Pendapat lainnya menurut (Estiasih, 2015) akuntansi manajemen adalah proses pengindentifikasian, pengukuran, penghimpunan, penganalisaan, penafsiran dan penyampaian informasi yang membantu para manajer dalam mencapai tujuan organisasi.

Dari penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa akuntansi manajemen adalah sebuah bidang akuntansi yang menyusun laporan melalui proses pengindentifikasian, pengukuran, penghimpunan, penganalisaan, penafsiran guna menyampaikan informasi terutama bagi pihak internal perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan.

##### **2.1.2 Peran Akuntansi Manajemen**

Peran akuntansi manajemen dalam perusahaan terutama bagi pihak internal sangatlah penting dalam pengambilan keputusan. Menurut (Hariyani, 2018) peran akuntansi manajemen, sebagai berikut:

1. Konsep dan Fungsi Biaya  
Pihak manajemen dapat memahami berbagai macam biaya dan fungsi biaya, sehingga dapat menentukan pengambilan keputusan yang tepat terkait biaya yang dikeluarkan.
2. Biaya Relevan Untuk Pengambilan Keputusan  
Akuntansi manajemen berperan dalam pengambilan keputusan dari berbagai alternatif untuk memilih salah satu alternatif yang tepat bagi perusahaan yaitu terkait konsep informasi diferensial.

3. Penentuan Biaya *Variabel (Variable Costing)* dan Biaya Penuh (*Full Costing*)  
Perbedaan perhitungan dengan metode penentuan *variable costing* dan *full costing* yang bermanfaat bagi manajemen dengan menyediakan informasi penting untuk pembuatan keputusan dan pengendalian dengan pendekatan perilaku biaya dalam perhitungan laba atau rugi.
4. Penentuan Harga Pokok Produksi  
Akuntansi manajemen berperan untuk menentukan besarnya harga pokok produksi yang dikeluarkan, sehingga selanjutnya dapat menentukan laba yang diinginkan perusahaan dan harga jual produk dengan berbagai metode.
5. *Activity Based Costing System*  
Sebuah metode perhitungan yang menerapkan konsep biaya berdasarkan aktivitas untuk menghasilkan harga pokok produk yang lebih akurat.
6. Analisis Biaya Volume Laba  
Salah satu alat analisis yang bermanfaat bagi para manajer untuk melaksanakan tugasnya.
7. Penentuan Harga Jual  
Penentuan besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen.
8. Harga Transfer  
Menyediakan informasi berupa perhitungan harga produk barang atau jasa yang di transfer antar pusat pertanggungjawaban dalam perusahaan.
9. Penganggaran Modal (*Capital Budgeting*)  
Penganggaran ini digunakan untuk pihak manajemen dalam mengalokasikan dana/penanaman modal pada investasi baru.
10. *Balance Scorecard*  
Akuntansi manajemen berperan memberikan informasi akuntansi berupa pengukuran kinerja perusahaan dari perspektif keuangan dan non keuangan.

### 2.1.3 Karakteristik Akuntansi Manajemen

Keputusan yang diambil oleh manajemen harus memiliki kualitas informasi. Pengambilan keputusan berkualitas tersebut menurut (Sodikin, 2015) informasi akuntansi manajemen harus memiliki karakteristik, diantaranya:

1. Keberpautan (*Relevance*)  
Sebuah informasi harus mempunyai sifat keberpautan dengan keputusan yang akan dibuat. Keputusan yang berbeda membutuhkan informasi yang berbeda pula. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan harus selaras dengan keputusan yang sedang dipertimbangkan. Informasi yang dianggap relevan oleh akuntansi manajemen apabila:
  - (i) Berkaitan dengan hal-hal yang akan terjadi; dan
  - (ii) Berbeda di antara berbagai alternatif.

Hal ini dalam akuntansi manajemen dikenal juga dengan istilah ‘*different cost for different purposes*’ yang memiliki arti jika tujuan kegiatan berbeda, konsep biayanya juga berbeda sehingga informasi tentang biayanya pun berbeda.

2. Ketepatan (*Accuracy*)  
Informasi yang dibutuhkan harus mengenai informasi tentang hal-hal yang akan datang sesuai dengan keputusan apa yang akan dibuat. Meskipun informasi hanya merupakan prediksi dan taksiran tetapi harus mempunyai sifat ketepatan atau keakuratan pada informasi tersebut agar mempunyai nilai guna.
3. Ketepatwaktuan (*Timeliness*)  
Ketepatwaktuan sangat berpengaruh bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan. Informasi tepat waktu yang berarti informasi yang disajikan sebelum kehilangan kapasitas dalam mempengaruhi keputusan. Oleh karena itu, jika informasi disajikan secara tepat waktu dapat mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh perusahaan. Jika informasi tidak tepat waktu maka informasi sudah tidak berguna dalam pengambilan keputusan.
4. Keterpahaman (*Understand Ability*)  
Informasi manajemen harus bersifat dapat dipahami. Informasi yang disajikan harus sedemikian rupa agar manajemen dapat memahami maksud dan tujuan dari informasi tersebut.
5. Keefektifan-biaya (*Cost-Effectiveness*)  
Informasi manajemen harus dirancang sedemikian rupa agar biaya untuk memperoleh informasi yang relevan tidak melebihi manfaatnya.

## 2.2 Akuntansi Biaya

### 2.2.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Suatu perusahaan pasti memerlukan akuntansi biaya bagi pihak internal (manajemen) maupun pihak eksternal (investor dan kreditor) untuk memenuhi tanggung jawab dalam perusahaan. Menurut (Iryanie and Handayani, 2019) akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi manajemen. Akuntansi biaya adalah memusatkan pada akumulasi biaya, penilaian persediaan dan perhitungan serta penetapan harga pokok suatu produk, hanya menekan pada sisi biaya.

Menurut pendapat (Dunia, Abdullah and Sasongko, 2018) akuntansi biaya adalah bagian dari akuntansi manajemen yang menekankan pada penentuan dan pengendalian biaya. Bidang ini berhubungan dengan biaya-biaya untuk memproduksi suatu barang. Pendapat lainnya menurut (Mulyadi, 2015) menjelaskan bahwa

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Akuntansi biaya menyediakan informasi biaya yang memungkinkan manajemen melakukan pengelolaan alokasi berbagai sumber ekonomi untuk menjamin dihasilkannya keluaran

yang memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai masukan yang dikorbankan.

Dari pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa akuntansi biaya merupakan sebuah bidang akuntansi dimana hal tersebut mencakup tentang pencatatan, penggolongan serta penyajian biaya produksi yang menggunakan teknik dasar akuntansi serta menghasilkan sebuah informasi tentang biaya pada produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

### 2.2.2 Tujuan Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan sebuah bagian dari akuntansi manajemen yang menghasilkan informasi keuangan untuk kepentingan manajemen. Akuntansi biaya juga membantu manajemen dalam menjalankan fungsi manajemen untuk mengambil sebuah keputusan dalam perusahaan. Menurut (Dunia, Abdullah and Sasongko, 2018) akuntansi biaya mempunyai empat tujuan yang diperlukan oleh manajemen, yaitu:

1. Penentuan Harga Pokok
 

Penentuan harga pokok biaya-biaya dihimpun menurut pekerjaan (*job*), bagian-bagian (*departments*) atau dirinci lagi menurut pusat-pusat biaya (*cost pools*), produk-produk, dan jasa-jasa. Pada penentuan harga pokok semua digolongkan dan biaya yang disajikannya merupakan biaya historis atau biaya yang telah lampau.
2. Perencanaan Biaya
 

Perencanaan merupakan suatu usaha untuk merumuskan tujuan dan menyusun program operasi yang lengkap dalam rangka mencapai tujuan tersebut, termasuk pula proses penentuan strategi yang disusun untuk jangka panjang dan jangka pendek. Akuntansi biaya menyediakan informasi biaya yang dapat membantu manajemen dalam membuat keputusan operasi jangka pendek dan keputusan alokasi sumber daya jangka panjang dan merumuskan strategi-strategi untuk masa yang akan datang, mengenai:

  - a. Harga jual dan volume penjualan;
  - b. Profitabilitas dari produk;
  - c. Pembelian;
  - d. Belanja barang modal; dan
  - e. Perluasan pabrik.
3. Pengendalian Biaya
 

Pengendalian merupakan usaha manajemen untuk mencapai tujuan yang telah diterapkan dengan melakukan perbandingan secara terus-menerus antara pelaksanaan dengan rencana. Perbandingan antara hasil yang sesungguhnya dengan program atau anggaran yang disusun sebelumnya, maka manajemen dapat melakukan penilaian atas efisiensi usaha dan kemampuan memperoleh laba dari berbagai produk.
4. Dasar untuk Pengambilan Keputusan yang Khusus
 

Akuntansi biaya memberikan informasi biaya yang berbeda agar dapat dibandingkan dengan pendapatan (*revenue*) dari berbagai tindakan alternatif yang akan dipilih oleh

manajemen. Berdasarkan informasi ini maka manajemen dapat membuat keputusan-keputusan perencanaan yang menyangkut masalah-masalah khusus, seperti:

- a. Membuat produk baru;
- b. Menghentikan atau meneruskan suatu produk tertentu;
- c. Menerima atau menolak pesanan-pesanan tertentu;
- d. Membeli atau membuat sendiri; dan
- e. Menjual langsung atau memproses lebih lanjut.

Menurut (Mulyadi, 2015) akuntansi biaya bertujuan untuk mengukur pengorbanan nilai masukan yang memberikan manfaat untuk mengukur laba atau sisa hasil dari kegiatan usaha tersebut. Akuntansi biaya menghasilkan informasi yang dapat dipakai oleh manajemen untuk merencanakan alokasi sumber ekonomi dalam menghasilkan keluaran.

### **2.2.3 Peranan Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya dapat membantu manajemen dengan merencanakan aktivitas-aktivitas dalam perencanaan dan pengendalian, serta dapat membuat keputusan yang strategis. Informasi yang dihasilkan dari laporan akuntansi biaya ini melakukan peranan yang menguntungkan bagi manajemen dalam menyelesaikan tugasnya. Menurut (Mulyati *et al.*, 2017) peranan akuntansi biaya dalam membantu manajemen untuk mencapai tugas-tugasnya sebagai berikut:

1. Menyusun dan melaksanakan rencana serta anggaran operasi dalam kondisi yang ekonomis dan bersaing. Aspek penting dari perencanaan adalah potensi yang dimilikinya dalam memotivasi orang untuk menunjukkan kemampuannya secara konsisten dengan tujuan perusahaan.
2. Menetapkan metode kalkulasi biaya yang menjamin adanya pengendalian, pengurangan biaya, dan perbaikan mutu.
3. Mengendalikan jumlah persediaan secara fisis, dan menentukan biaya dari masing-masing barang dan jasa yang diproduksi untuk tujuan penentuan harga dan untuk mengevaluasi prestasi suatu produk, departemen atau divisi.
4. Menghitung biaya dan laba perusahaan untuk periode akuntansi tahunan atau periode yang lebih singkat. Hal tersebut mencakup penentuan biaya persediaan dan harga pokok penjualan sesuai dengan ketentuan pelaporan keuangan dan pelaporan pajak.
5. Memilih antara dua atau lebih alternatif jangka pendek atau jangka panjang yang bisa menaikkan pendapatan atau menurunkan biaya.

## **2.3 Konsep Biaya**

### **2.3.1 Pengertian Biaya**

Biaya merupakan konsep yang penting dalam akuntansi biaya dan akuntansi manajemen. Menurut (Mulyati *et al.*, 2017) istilah biaya (*cost*) digunakan dalam arti yang sama dengan istilah beban (*expense*). Beban dapat didefinisikan sebagai arus keluar barang atau jasa, yang dimana dapat dibebankan pada pendapatan untuk menentukan laba.

Istilah biaya digunakan secara khusus dan digabungkan dengan sesuatu tertentu seperti biaya langsung, biaya utama, biaya konversi, biaya tidak langsung, dan lain sebagainya.

Menjalankan proses produksi barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan pasti memerlukan biaya dalam melakukannya. Biaya biasanya dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi tujuan dan target dari perusahaan. Menurut pendapat (Dunia, Abdullah and Sasongko, 2018) biaya merupakan pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan.

Menurut (Mulyadi, 2015) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau mungkin terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain biaya merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengurangi kasnya untuk mencapai tujuan. Terdapat 4 unsur pokok biaya dari pengertian yang dijelaskan:

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi;
2. Diukur dalam satuan uang;
3. Telah atau yang secara potensial akan terjadi; dan
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Pendapat lainnya menurut (Hariyani, 2018) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi maupun yang belum terjadi atau baru direncanakan. Dari beberapa pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengeluaran ekonomis atau pengorbanan yang dilakukan oleh perusahaan dalam satuan uang yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

### 2.3.2 Objek Biaya

Menurut (Dewi and Kristanto, 2015) suatu objek biaya (*cost object*) atau tujuan biaya (*cost objective*) didefinisikan sebagai suatu item atau aktivitas dimana biaya akan diakumulasikan dan dihitung. Berikut merupakan item-item dan aktivitas-aktivitas yang dapat menjadi objek biaya:

- a) Produk
- b) *Batch* dari unit-unit sejenis
- c) Pesanan pelanggan
- d) Lini produk
- e) Proses
- f) Departemen atau divisi
- g) Kontrak atau proyek
- h) Tujuan strategis

### 2.3.3 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya sangat membantu manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan. Biaya yang berkaitan dengan aktivitas bisnis perusahaan diklasifikasikan menurut tujuan khusus atau fungsi-fungsinya. Klasifikasi biaya ini merupakan proses penggolongan biaya atau pengelompokan biaya yang terjadi. Menurut (Mulyadi, 2015) klasifikasi biaya ini dikenal dalam konsep “*different costs for different purposes*”. Klasifikasi biaya dapat digolongkan menurut:

Tabel 2.1 Penggolongan Biaya

Dasar Penggolongan	Jenis Biaya
Objek Pengeluaran	Contoh: Biaya gaji dan upah, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga
Fungsi Pokok dalam Perusahaan	1. Biaya Produksi 2. Biaya Pemasaran 3. Biaya Administrasi dan umum
Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai	1. Biaya Langsung ( <i>direct costing</i> ) 2. Biaya Tidak Langsung ( <i>indirect costing</i> )
Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Aktivitas	1. Biaya <i>Variabel</i> 2. Biaya Tetap 3. Biaya <i>Semivariabel</i> 4. Biaya <i>semifixed</i>
Jangka Waktu Manfaatnya	1. Pengeluaran Modal ( <i>capital expenditures</i> ) 2. Pengeluaran Pendapatan ( <i>revenue expenditures</i> )

(Sumber : Mulyadi, 2015)

#### 1. Objek Pengeluaran

Nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran bahan bakar, maka semua pengeluaran berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar. Contoh penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran adalah biaya gaji dan upah, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, dan biaya bunga.

#### 2. Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Dalam klasifikasi biaya perusahaan manufaktur terdapat tiga fungsi pokok yaitu:

##### a. Biaya Produksi (*production cost*)

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya,

secara keseluruhan biaya produksi dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung disebut sebagai biaya utama atau *prime cost*, sedangkan biaya *overhead* pabrik disebut dengan istilah biaya konversi atau *conversion cost* yang merupakan biaya untuk mengkonversikan atau mengubah bahan baku menjadi produk jadi.

b. Biaya Pemasaran (*marketing expense*)

Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan, gaji karyawan bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran, dan biaya penjualan.

c. Biaya Administrasi dan Umum (*general administrative expense*)

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, dan biaya *photocopy*.

3. Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai

Dalam hal ini sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen dalam perusahaan. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan, yaitu:

a. Biaya Langsung (*direct cost*)

Biaya langsung merupakan biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayai. Apabila tidak ada sesuatu yang dibiayai maka biaya langsung ini tidak akan pernah terjadi. Dalam kaitannya dengan biaya produksi, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Dalam departemen sebuah perusahaan juga mempunyai biaya langsung departemen. Biaya langsung departemen merupakan semua biaya yang terjadi di dalam departemen tertentu. Dalam proses pembuatan boneka, bahan boneka menjadi salah satu bahan baku yang digunakan sampai produk tersebut menjadi produk jadi. Bahan boneka tersebut mempunyai biaya dalam penggunaannya dan dapat ditelusuri biayanya. Dalam hal seperti ini biaya tenaga kerja langsung yang merupakan biaya gaji karyawan pada divisi produksi juga dapat ditelusuri dan dibebankan kepada produk tertentu.

b. Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung merupakan biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung sering disebut dengan istilah biaya *overhead* pabrik. Dalam proses pembuatan produk A, B, dan C biasanya terdapat pengawas yang bekerja untuk mengawasi berjalannya produksi tersebut. Gaji dari pengawas produk A, B, maupun C ini merupakan biaya tidak langsung, karena gaji pengawas ini terjadi bukan hanya karena perusahaan memproduksi salah satu produk tersebut,

melainkan karena memproduksi ketiga jenis produk tersebut. Jika perusahaan hanya memproduksi satu jenis produk maka semua biaya merupakan biaya langsung yang terdapat hubungannya dengan produk. Contoh biaya tidak langsung yaitu biaya bahan penolong, biaya gaji mandor.

4. Perilaku Biaya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan
 

Penggolongan biaya menurut perubahan volume kegiatan ini merupakan penggolongan biaya menurut aktivitas yang terjadi dalam perusahaan yang bertujuan dalam mencapai perencanaan dan pengendalian perusahaan. Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi:

  - a. Biaya *Variabel (variable cost)*  
Biaya *variabel* merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya *variabel* adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
  - b. Biaya Tetap (*fixed cost*)  
Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Biaya tetap per unit akan berubah seiring dengan adanya perubahan pada volume produksi. Contoh biaya tetap antara lain adalah beban penyusutan peralatan pabrik, beban sewa bangunan pabrik, gaji direktur produksi, dan gaji bagian administrasi.
  - c. Biaya Semi *variable (semi variable cost)*  
Biaya semi *variable* merupakan biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya *semivariabel* mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya *variabel*. Contoh biaya *semivariabel* adalah biaya telepon, biaya air, biaya bensin dan biaya listrik.
  - d. Biaya *Semi fixed (semi fixed cost)*  
Biaya *semi fixed* merupakan biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu. Contoh biaya *semi fixed* adalah gaji presiden direktur, asuransi kecelakaan buruh dll.
5. Jangka Waktu Manfaatnya
 

Dalam jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

  - a. Pengeluaran Modal (*capital expenditures*)  
Pengeluaran modal merupakan biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai kos aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara di depresiasi, diamortisasi atau di depleksi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk. Pengeluaran untuk keperluan tersebut biasanya melibatkan jumlah yang besar dan memiliki masa manfaat lebih dari satu tahun,

maka pada pengeluaran tersebut dilakukan pengorbanan tersebut diperlakukan sebagai pengeluaran modal dan dicatat sebagai kos aktiva (misalnya sebagai kos aktiva tetap atau beban ditangguhkan).

b. Pengeluaran Pendapatan (*revenue expenditures*)

Pengeluaran pendapatan merupakan biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Contoh pengeluaran pendapatan adalah biaya iklan dan biaya tenaga kerja.

## 2.4 Biaya Produksi

### 2.4.1 Pengertian Biaya Produksi

Dalam menjalankan bisnis, sebuah perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas dalam usahanya. Untuk mencapai laba yang diinginkan perusahaan harus melakukan perhitungan mengenai biaya produksi. Perhitungan biaya produksi yang tepat dan akurat sangatlah penting guna mencapai keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan.

Menurut (Dunia, Abdullah and Sasongko, 2018) biaya adalah biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan manufaktur atau memproduksi suatu barang. Terdiri atas biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Menurut (Mulyadi, 2015) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk. Pendapat lain menurut (Sodikin, 2015) biaya produksi adalah biaya untuk memperoleh atau membuat produk/jasa. Biaya produksi pada perusahaan manufaktur adalah biaya langsung maupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk membuat barang.

Dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan manufaktur dalam memproses barang atau jasa. Biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

### 2.4.2 Klasifikasi Biaya Produksi

Menurut (Dunia, Abdullah and Sasongko, 2018) biaya produksi diklasifikasikan dalam tiga elemen utama sehubungan dengan produk yang dihasilkan, yaitu:

1. Bahan Baku Langsung

Biaya bahan baku langsung (*direct material costs*) merupakan biaya perolehan dari seluruh bahan baku langsung yang menjadi bagian utama dari seluruh bahan baku langsung yang menjadi bagian utama dari sebuah barang jadi. Bahan baku langsung adalah bahan baku yang dapat ditelusuri secara mudah dan ekonomis ke objek biaya, misalnya ke barang jadi.

## 2. Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour cost*) adalah gaji atau upah yang dibayarkan untuk semua tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi untuk menghasilkan barang jadi. Contoh tenaga kerja langsung adalah pekerja-pekerja yang bertugas sebagai operator mesin di pabrik atau yang bertugas di bagian pemotongan kayu dalam pembuatan meja dan kursi.

## 3. *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik (*factory overhead*) adalah semua biaya untuk memproduksi suatu produk selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Istilah lain untuk biaya ini adalah biaya produksi tidak langsung (*indirect manufacturing cost/manufacturing expense/factory burden/manufacturing overhead*). Istilah ini sesuai dengan sifat biaya *overhead* pabrik yang terdiri atas berbagai elemen-elemen biaya yang tidak dapat dibebankan secara langsung kepada satuan-satuan, pekerjaan-pekerjaan, atau produk-produk tertentu. Biaya ini dapat diklasifikasikan dalam tiga unsur pokok, yaitu:

### a. Bahan Baku Tidak Langsung (*indirect materials*)

Bahan baku tidak langsung yaitu semua bahan baku yang tidak dapat ditelusuri secara langsung dengan mudah dan ekonomis ke objek biaya, misalnya barang jadi atau produk. Contoh bahan baku tidak langsung dalam pembuatan meja dan kursi adalah lem atau paku karena tidak mudah untuk menelusuri jumlah pemakaian lem atau paku dalam setiap meja dan kursi yang di produksi.

### b. Tenaga Kerja Tidak Langsung (*indirect labour*)

Tenaga kerja tidak langsung merupakan gaji atau upah yang dibayarkan untuk semua tenaga kerja yang tidak terlibat secara langsung dalam memproduksi barang jadi. Biaya tenaga kerja tidak langsung ini sulit dan tidak ekonomis untuk ditelusuri ke barang jadi yang dihasilkan. Contoh biaya tenaga kerja tidak langsung adalah gaji atau upah untuk penjaga malam pabrik, penyedia pabrik, karyawan administrasi dan karyawan bagian pemeliharaan pabrik.

### c. Biaya Produksi Tidak Langsung Lainnya

Biaya ini meliputi berbagai macam biaya *overhead* pabrik yang tidak dapat diklasifikasikan sebagai biaya bahan baku tidak langsung ataupun biaya tenaga kerja tidak langsung contohnya seperti biaya asuransi peralatan pabrik, biaya penyusutan peralatan pabrik, biaya pemeliharaan peralatan pabrik, biaya utilitas pabrik, dan lain-lain.

### 2.4.3 Metode Penentuan Biaya Produksi

Menurut (Mulyadi, 2015) dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi terdapat dua pendekatan, yaitu:

#### 1. *Full costing*

*Full costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan

baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xxx
Kos produksi	xxx

Kos produk yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur kos produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik *variabel* dan biaya *overhead* pabrik tetap. Lalu ditambah dengan biaya non produksi seperti biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum.

## 2. *Variable costing*

*Variable costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku *variabel* ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik *variabel*. Metode *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	xxx
Kos produksi	xxx

Kos produk yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur kos produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik *variabel*. Lalu ditambah dengan biaya non produksi *variabel* seperti biaya pemasaran *variabel*, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap.

## 2.5 Harga Pokok Produksi

### 2.5.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Kemajuan dari perusahaan dinilai dari bagaimana perusahaan tersebut memperoleh laba atau keuntungan dari usahanya. Dalam memperoleh laba perusahaan harus menentukan berapa harga pokok yang harus dikeluarkan, sehingga perusahaan dapat menetapkan harga jual produk. Dasar dalam menentukan harga pokok produksi adalah dengan cara memperhitungkan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi.

Menurut (Dewi and Kristanto, 2015) harga pokok produksi adalah biaya barang yang dibeli untuk diproses sampai selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi berjalan. Mulyadi, 2015 mengemukakan bahwa informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk menentukan harga jual produk, memantau realisasi biaya produksi, menghitung laba atau rugi periodik, dan menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian dari harga pokok produksi adalah sebuah biaya yang dihitung pada saat proses terjadinya produksi hingga selesai. Harga pokok produksi berguna untuk manajemen dalam memilih harga jual, menghitung keuntungan dan kerugian serta mengetahui bagaimana realisasi dalam anggaran biaya produksi tersebut terjadi.

### 2.5.2 Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut (Mulyadi, 2015) dalam penentuan harga pokok produksi terdapat dua metode yaitu:

#### 1. *Full Costing*

*Full costing* atau sering disebut *absorption* atau *conventional costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi, yang membebankan seluruh biaya produksi, baik yang berperilaku tetap maupun *variabel* kepada produk. Harga pokok produksi menurut metode *full costing* terdiri dari:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	<u>xxx</u>
Harga pokok produk	xxx

Dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku tetap maupun *variabel* dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Biaya *overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses dan persediaan produk jadi yang belum laku dijual,

dan baru dianggap sebagai biaya (unsur harga pokok penjualan) apabila produk jadi tersebut telah terjual.

## 2. *Variable Costing*

*Variable costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya-biaya produksi *variabel* saja ke dalam harga pokok produk. Harga pokok produk menurut metode *variable costing* terdiri dari:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja <i>variabel</i>	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	<u>xxx</u>
Harga pokok produk	xxx

Metode *variable costing* ini dikenal dengan nama *direct costing*. Dalam hubungannya dengan produk *direct costing* adalah biaya yang mudah diidentifikasi (atau diperhitungkan) secara langsung kepada produk. Apabila pabrik hanya memproduksi satu jenis produk, maka semua biaya produksi adalah merupakan biaya langsung dalam hubungannya dengan produk. Dalam metode *variable costing*, biaya *overhead* pabrik tetap diperlakukan sebagai *period costs* dan bukan sebagai unsur harga pokok produk, sehingga biaya *overhead* pabrik tetap dibebankan sebagai biaya dalam periode terjadinya.

## 2.6 Laba Usaha

### 2.6.1 Pengertian Laba Usaha

Ukuran kinerja dalam sebuah perusahaan sangatlah penting demi menarik minat para investor dan kreditor. Dalam pengukuran kinerja ini laba sangat berpengaruh. Sebuah perusahaan harus mencapai laba usaha yang telah menjadi tujuan awal dari perusahaan tersebut agar para investor dan kreditor dapat dengan mudah mengambil keputusan untuk berinvestasi.

Menurut (Indriani, Taufiq and Rahmi, 2019) laba adalah selisih lebih antara pendapatan dan biaya yang timbul dalam kegiatan utama atau sampingan selama satu periode, dengan kata lain efektivitas dan efisiensi pada laba yang diraihinya. Laba merupakan alat yang baik untuk mengukur prestasi dari pimpinan dan manajemen perusahaan.

Pendapat lainnya menurut Rudianto dikutip dalam (Indriani, Taufiq and Rahmi, 2019) laba usaha adalah unsur penting yang menjadi motivasi dan menggerakkan seluruh aktivitas produktif dalam suatu perusahaan. Kebutuhan untuk menghasilkan laba usaha tersebut menjadi faktor penggerak utama seluruh aktivitas ekonomis yang dilakukan setiap perusahaan. Mulai dari menentukan produk yang akan dihasilkan perusahaan, mencari dan mengumpulkan sumber daya yang diperlukan, hingga menggerakkan dan mengarahkan setiap sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan umum perusahaan.

Dari beberapa pengertian laba diatas dapat dijelaskan bahwa laba adalah perbedaan antara pendapatan dan biaya yang timbul pada aktivitas. Laba merupakan alat pengukuran kepemimpinan perusahaan dan manajemen yang baik. Laba juga dapat menjadi unsur motivasi dalam sebuah perusahaan serta menjadi pendorong utama dari semua aktivitas ekonomi.

## **2.7 Target costing**

### **2.7.1 Pengertian Target costing**

Menurut (Sodikin, 2015) *target costing* menargetkan biaya produk dengan mendasarkan pada harga jual yang para konsumen mau membayarnya. Menurut *target costing* perusahaan memperhatikan terlebih dahulu harga yang konsumen ingin bayar. Menurut (Farid and Salman, 2016) *target costing* adalah sistem perencanaan laba dan manajemen biaya.

Menurut Krismiaji dan Aryani dikutip dari (Londong, 2016) menyatakan bahwa *target costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk baru dan kemudian merancang prototipe yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditetapkan. Target biaya untuk pembuatan sebuah produk dihitung dengan cara mengurangi harga jual dengan laba yang diinginkan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian *target costing* adalah sistem dalam merencanakan laba dan manajemen biaya berdasarkan harga jual. Dalam *target costing* perusahaan lebih fokus pada pembatasan biaya maksimum produksi agar dapat mendapatkan harga pasar yang kompetitif dan keuntungan bagi perusahaan.

### **2.7.2 Prinsip Target costing**

Menurut Witjaksono, dikutip dari (Londong, 2016) menyatakan bahwa proses penerapan *target costing* memiliki prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Harga Menentukan Biaya (*Price Led Costing*)  
Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif membuat penetapan harga jual produk semakin kompleks. Harga jual kerap ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar digunakan untuk menentukan target biaya.
2. Fokus pada Pelanggan  
Kehendak atau kebutuhan pelanggan akan kualitas, biaya dan fungsi secara simultan terdapat dalam produk dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan berkenaan dengan desain dan perhitungan harga pokok produk. Bagi pelanggan manfaat atas fitur dan fungsi yang ditawarkan oleh produk harus lebih besar dari biaya perolehannya.
3. Fokus pada Desain Produk dan Desain Proses  
Pengendalian biaya ditekankan pada tahapan desain produk dan tahapan desain proses produk dengan demikian setiap perubahan atau rekayasa harus dilakukan

sebelum proses produksi, dengan tujuan menekan biaya dan mengurangi waktu terutama bagi produk baru.

### 2.7.3 Karakteristik *Target costing*

Menurut Rudianto, dikutip dalam (Oktaviantri, 2019) *target costing* memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

1. *Target costing* digunakan pada tahap perencanaan dan desain  
*Target costing* lebih banyak digunakan sebagai tahap perencanaan dan desain. Tidak sama halnya dengan *standar costing* yang digunakan dalam tahap produksi.
2. *Target costing* merupakan perencanaan biaya yang berujung pada pengurangan biaya bukan pengendalian biaya.
3. *Target costing* lebih cocok digunakan pada perusahaan yang membuat keberanekaragaman dibandingkan dengan produksi yang terus menerus.
4. *Target costing* digunakan untuk pengendalian spesifikasi desain dan teknik produksi. Oleh sebab itu, *target costing* lebih berorientasi pada teknik dan manajemen.

### 2.7.4 Tahap-tahap Implementasi *Target costing*

Menurut Rudianto dalam (Indriani, Taufiq and Rahmi, 2019) untuk mengimplementasikan *target costing* dalam perusahaan harus melewati beberapa rangkaian fase, yaitu:

1. Menentukan Harga Jual yang Kompetitif  
Untuk menentukan harga pokok, terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan oleh manajemen seperti harga produk pesaing, daya beli masyarakat, kondisi perekonomian secara umum, nilai tukar rupiah, dan sebagainya. Faktor-faktor tersebut akan saling terintegrasi satu sama lain dalam menentukan volume permintaan terhadap produk perusahaan. Volume penawaran akan berpengaruh pada mekanisme pasar. Volume permintaan dan penawaran akan berpengaruh langsung terhadap harga jual produk perusahaan.
2. Menentukan Laba yang Diharapkan  
Penentuan harga jual produk per unit dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti pangsa pasar yang ingin diperoleh, volume penjualan yang direncanakan, dan lain-lain. Unsur tersebut berpengaruh terhadap laba per unit produk yang ingin dicapai.
3. Menetapkan Target Biaya (*Target costing*)  
Berdasarkan harga jual yang telah ditetapkan dikurangi dengan laba per unit produk, perusahaan dapat menentukan tingkat biaya yang diharapkan untuk menghasilkan berapa banyak produk yang diinginkan. Harga jual yang ditetapkan harus sebanding dengan harga pasar agar menjadi unsur penting dalam bersaing.

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

4. Melakukan Rekayasa Nilai (*Value Engineering*)  
 Dalam rekayasa nilai semua upaya yang dianggap perlu untuk memodifikasi produk perusahaan dengan biaya yang lebih rendah yang tetap disertai upaya memberikan nilai (*value*) yang optimal kepada pelanggan. Hal ini mencakup upaya mengidentifikasi berbagai cara yang dapat digunakan untuk menurunkan biaya produksi.
5. Menggunakan *Kaizen Costing* dan Pengendalian Operasi  
 Metode perhitungan biaya dimana secara terus-menerus berupaya mencari cara baru untuk menurunkan biaya dalam proses pembuatan produk dengan desain dan fungsionalitas yang ada.

## 2.8 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

### 2.8.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini merupakan penelitian yang dikembangkan dari penelitian-penelitian terdahulu. Berikut adalah rinciannya:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	(Ardiyansyah, 2019), Penerapan <i>Target costing</i> Sebagai Sistem Penetapan Harga Jual dan Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi Pada Kedai D'Hook Tahun 2017	<i>Variabel</i> Independen: <i>Target costing</i>  <i>Variabel</i> Dependen: Penetapan harga jual, peningkatan efisiensi biaya produksi	<i>Target costing</i> : harga jual – laba yang diharapkan  Harga Jual: Biaya Produksi + Laba yang diinginkan  Efisiensi Biaya Produksi: Biaya bahan baku + biaya tenaga kerja langsung + biaya <i>overhead</i> pabrik	Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan kuantitatif (non statistik)	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa <i>target costing</i> dapat membantu Kedai D'Hook dalam upaya meningkatkan efisiensi biaya produksi dan meningkatkan harga jual dengan harga pasarnya. Penerapan <i>target costing</i> disesuaikan dengan tujuan Kedai D'Hook dengan laba yang sudah ditentukan pada harga jualnya.
2	(Kusumadewi, 2017), Analisis Pendekatan <i>Target costing</i> Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Produksi Studi Kasus	<i>Variabel</i> Independen: <i>Target costing</i>  <i>Variabel</i> Dependen:	<i>Target costing</i> : harga pasar – Laba kotor yang diinginkan	Metode analisis data yang digunakan adalah metode	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa perhitungan menggunakan <i>target costing</i> terdapat efisiensi yang baik

No	Nama Penulis, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Pada Askha Jaya Lampung	efisiensi produksi	Efisiensi produksi: Taksiran Harga Jual – Laba yang diinginkan	analisis kualitatif dan kuantitatif	dibandingkan dengan perhitungan perusahaan.
3	(Anugerah, 2015), Penerapan <i>Target costing</i> Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan	<i>Variabel</i> Independen: <i>Target costing</i>  <i>Variabel</i> Dependen: Pengelolaan biaya produksi, laba	<i>Target costing</i> : harga target – laba target  Biaya Produksi: harga jual – laba yang diinginkan perusahaan dari harga jual  Laba: harga jual – biaya produksi	Metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode <i>target costing</i> sangat berdampak positif bagi produsen tape sumber madu dalam mengelola biayanya. Kesulitan dalam mengetahui berapa laba yang didapat juga diketahui dengan menggunakan metode tersebut.
4	(Pioh, Manossoh and Tirayoh, 2019), Analisis Penerapan <i>Target costing</i> Sebagai Alat Bantu Untuk Meminimalkan Biaya Produksi Dalam Rangka Mengoptimalkan Perolehan Laba pada UD. Acong Bakery	<i>Variabel</i> Independen: <i>Target costing</i>  <i>Variabel</i> Dependen: Biaya Produksi, laba	<i>Target costing</i> : taksiran harga jual – laba yang diinginkan  Biaya Produksi: Biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya <i>overhead</i>  Laba: total penjualan – biaya produksi	Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif	Kesimpulan dari penelitian ini adalah setelah diterapkan metode <i>target costing</i> dapat dilihat perbedaan biaya produksi yang sangat signifikan antara biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan menurut <i>target costing</i> . Analisis <i>target costing</i> dinilai lebih efisien untuk diterapkan dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga <i>target costing</i> dinilai merupakan alternatif yang sangat baik digunakan untuk menekan biaya

No	Nama Penulis, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					produksi serta dapat memberikan dampak positif bagi perolehan laba perusahaan.
5	(Sumakul, Manossoh and Mawikere, 2018), Analisis Penerapan <i>Target costing</i> Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi pada CV Verel Tri Putra Mandiri	<i>Variabel</i> Independen: <i>Target costing</i>  <i>Variabel</i> Dependen: pengendalian biaya produksi	<i>Target costing</i> : harga jual – laba  Biaya Produksi: biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya <i>overhead</i>	Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif	Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode <i>target costing</i> di CV Verel Tri Putra Mandiri dalam pengendalian biaya produksi terbukti lebih baik dibandingkan dengan metode yang digunakan perusahaan selama ini. <i>Target costing</i> sangat berguna untuk mengendalikan biaya produksi agar lebih efisien dan lebih menguntungkan bagi perusahaan.
6	(Oktaviantri, 2019), Analisis <i>Target costing</i> Sebagai Upaya Peningkatan Laba Usaha Untuk Produksi Gethuk Pisang (Studi pada Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu Kediri)	<i>Variabel</i> Independen: <i>target costing</i>  <i>Variabel</i> Dependen: Laba usaha	<i>Target costing</i> : harga jual – laba  Laba Usaha: penjualan – HPP - Biaya lainnya	Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa pengaruh penerapan metode <i>target costing</i> cukup efektif sehingga laba yang diinginkan pemilik usaha dapat tercapai.
7	(Wuysang and J.Pusung, 2019), Penerapan <i>Target costing</i> dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor pada UD.JJ Bakery	<i>Variabel</i> Independen: <i>target costing</i>  <i>Variabel</i> Dependen: Biaya Produksi, Peningkatan Laba kotor	<i>Target costing</i> :  Biaya Produksi: biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya <i>overhead</i> pabrik	Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif	Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya <i>target costing</i> perusahaan dapat menentukan harga pokok produk sesuai dengan yang diinginkan sebagai dasar penetapan

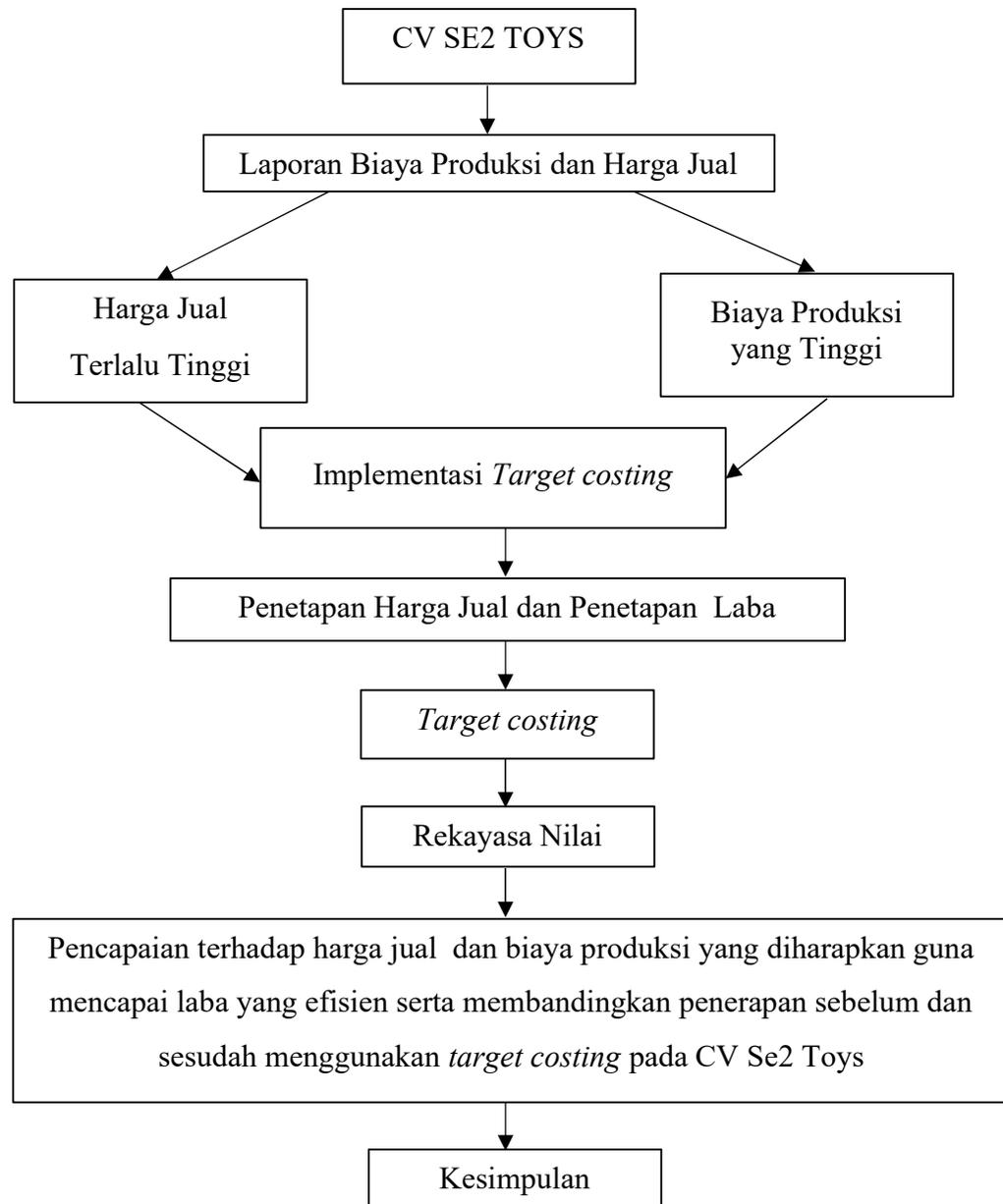
No	Nama Penulis, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
			Laba Kotor: penjualan bersih – harga pokok penjualan		harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan perusahaan.
8	(Rianti, 2018), Analisis Penerapan Metode <i>Target costing</i> Dalam Menentukan Harga Jual Untuk Mengoptimalkan Laba Di UD. Sugih Jati	<i>Variabel</i> Independen: <i>Target costing</i>  <i>Variabel</i> Dependen: Harga jual, Laba	<i>Target costing</i> : harga jual – laba  harga jual: biaya produksi + laba  laba : penjualan – HPP	Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif	Kesimpulan dari penelitian ialah penerapan <i>target costing</i> memberikan dampak positif bagi laba yang dihasilkan di UD. Sugih Jati. Laba yang diperoleh dengan menggunakan <i>target costing</i> dapat meningkatkan laba setiap tahunnya.
9	(Anugerah, Wahyuni and Mas'ud, 2017), Penerapan <i>Target costing</i> Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba	<i>Variabel</i> Independen: <i>Target costing</i>  <i>Variabel</i> Dependen: Biaya Produksi, Laba	<i>Target costing</i> : harga jual – laba yang diinginkan  biaya produksi: harga bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya <i>overhead</i>  laba: penjualan – biaya produksi	Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan mengenai penerapan <i>target costing</i> dapat menekan biaya produksi dengan baik dan dapat meningkatkan laba sesuai dengan yang diinginkan. Dengan menerapkan metode ini perusahaan dapat menghemat 5% sampai 10% dari biaya produksi yang dikeluarkan.
10	(Putri, Taufiq and Kohar, 2020), Penerapan <i>Activity Based Costing</i> Untuk Menentukan Harga Pokok Produksi Pada PT Unitex	<i>Variable</i> Independen: <i>Activity Based Costing</i>  <i>Variable</i> Dependen: Harga Pokok Produksi	<i>Activity Based Costing</i> :  Harga Pokok Produksi: biaya produksi – biaya dalam proses	Metode analisis yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga Pokok Produksi dihitung berdasarkan <i>Activity Based Costing</i> untuk produk <i>Piece Dyed</i> dan <i>Yarn Dyed</i> dan dijumlahkan maka menghasilkan total Harga Pokok Produksi yang lebih besar dibandingkan

No	Nama Penulis, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					dengan Sistem Tradisional ( <i>Full Costing</i> ).
11	(Londong, 2016), Penerapan <i>Target costing</i> dalam Perencanaan Biaya Produksi pada CV Sinar Mandiri	<i>Variabel</i> Independen: <i>Target costing</i>  <i>Variabel</i> Dependen: Biaya Produksi	<i>Target costing</i> : harga pasar – laba yang diharapkan  Biaya Produksi : biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya <i>overhead</i> pabrik	Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan kuantitatif	Metode <i>target costing</i> yang diterapkan pada CV Sinar Mandiri berpengaruh terhadap biaya produksi, dimana dalam menerapkan metode tersebut dengan pengendalian biaya yang menggunakan Rekayasa Nilai mampu mengurangi biaya produksi sehingga target laba yang diharapkan oleh perusahaan sebesar 30% tercapai.

(Sumber: diolah penulis, 2021)

Berdasarkan dari tabel penelitian sebelumnya yang telah diuraikan di atas terdapat persamaan terutama dalam metode analisis. Terdapat beberapa yang menjadi pembeda antara penelitian penulis dan penelitian terdahulu diatas adalah subjek penelitian dan beberapa *variabel* penelitiannya.

### 2.8.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar diatas. Kerangka tersebut menggambarkan bagaimana implementasi *target costing* dilakukan pada perusahaan. CV Se2 Toys merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang manufaktur pembuatan berbagai jenis boneka. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dan dokumentasi terhadap pihak perusahaan serta menganalisis

seluruh biaya yang terjadi selama proses produksi baik dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik. Dokumen yang dibutuhkan penelitian ini adalah dokumen laporan biaya produksi. Hal tersebut merupakan rincian berupa jumlah biaya produksi, harga jual, dan produk yang dihasilkan pada perusahaan tersebut. Setelah melakukan analisis penulis akan melihat harga jual pada pasaran kemudian menentukan laba yang diinginkan. Setelah melakukan hal tersebut biaya target yang harus digunakan akan terlihat. Jika biaya produksi masih melewati anggaran *target cost* maka harus dilakukan perekayasa nilai. Hal ini dilakukan agar biaya produksi dapat diturunkan sesuai dengan anggaran *target cost* tersebut. Hasil dari perhitungan *target costing* akan dibandingkan pada perhitungan biaya yang dilakukan pada CV Se2 Toys. Dari hasil penelitian ini implementasi *target costing* dapat membantu CV Se2 Toys dalam upaya meningkatkan pengelolaan biaya produksi serta meningkatkan laba yang diharapkan oleh perusahaan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah deskriptif *exploratif* dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menggambarkan data yang diperoleh melalui survei secara langsung serta menganalisis data yang terdapat di CV Se2 Toys. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan fakta dalam suatu fenomena melalui interaksi komunikasi antara peneliti dengan kasus yang diteliti sehingga dapat mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan suatu kondisi yang terjadi pada CV Se2 Toys.

Penelitian dalam pendekatan studi kasus ini menggunakan data pada periode yang telah berlalu. Studi kasus sendiri merupakan suatu permasalahan yang diambil dari latar belakang dan kondisi yang terjadi pada saat ini. Tujuan dari studi kasus adalah melakukan penyelidikan secara detail atau mendalam mengenai hal yang ingin diteliti yang dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai subyek yang diteliti tersebut.

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

Objek penelitian pada penelitian ini adalah menerapkan data-data yang berhubungan dengan biaya produksi guna melakukan perhitungan metode *target costing* dalam pengelolaan biaya produksi dan optimalisasi laba. Unit analisis dalam penelitian ini adalah perusahaan CV Se2 Toys yang berlokasi pada Jl. Tapos RT04/03, Kelurahan Cimpaeun, Kecamatan Cimanggis, Kota Depok.

#### 3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah merupakan jenis data kualitatif dan kuantitatif (*non statistic*). Data kualitatif yang terdiri dari gambaran umum tentang perusahaan, sejarah perusahaan, proses produksi dan informasi lainnya yang relevan dengan penulisan ini. Data kuantitatif terdiri dari data penjualan, bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik dalam proses produksi yang dilakukan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa wawancara langsung untuk menghitung harga pokok produksi.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Biaya Produksi	1. Biaya bahan baku	(Jumlah biaya bahan baku x harga)	Rasio
	2. Tenaga kerja langsung	(Jumlah tenaga kerja x unit yang diproduksi)	Rasio
	3. Biaya <i>overhead</i> pabrik	(Total biaya <i>overhead</i> x unit yang diproduksi)	Rasio
Harga Jual	1. Laba	Laba yang ditetapkan pada produk (jumlah bahan baku x harga jual)	Rasio
	2. Harga Pokok Penjualan	Harga pokok produk (harga pokok produk x unit yang terjual )	Rasio
<i>Target costing</i>	1. <i>Target cost</i>	Target biaya yang dianggarkan perusahaan (Harga jual – laba yang diharapkan)	Rasio

(Sumber: diolah Penulis)

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan salah satu cara atau teknik dalam memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menurut (Sugiyono, 2019) definisi dari observasi, wawancara, dan dokumentasi adalah sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain. Observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.

#### 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti,

tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.

## 3.6 Metode Pengolahan/Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses yang penting dalam sebuah penelitian. Hal ini bertujuan untuk mempermudah dalam menyederhanakan sebuah data menjadi lebih mudah dimengerti. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang menggambarkan keadaan sebuah perusahaan secara akurat dengan mengumpulkan berbagai macam data dalam perusahaan atau organisasi yang mencakup fakta yang sudah dikumpulkan, diolah, dan dianalisis sehingga dapat membuat kesimpulan. Berikut urutan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk menganalisis permasalahan pada penelitian ini:

1. Mendeskripsikan perhitungan biaya produksi yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Menganalisis penerapan pengendalian biaya produksi dengan *target costing*. Langkah-langkahnya sebagai berikut:
  - a. Menentukan harga pasar yang kompetitif. Membuat daftar harga produk yang sama dari perusahaan lainnya sehingga dapat membandingkan harga produk yang dijual oleh CV Se2 Toys.
  - b. Menentukan laba yang diinginkan oleh perusahaan dengan cara wawancara langsung kepada pemilik seberapa besar laba yang diinginkannya.
  - c. Menghitung *target costing* dengan rumus:
 

$$\text{Target Costing} = \text{Tarksiaran Harga Jual} - \text{Laba yang diharapkan}$$
  - d. Pengurangan biaya dalam *target costing* untuk menghemat biaya produksi.
3. Membandingkan antara perhitungan biaya serta laba yang dihitung menggunakan metode tradisional dengan analisis perhitungan biaya setelah ditetapkannya *target costing*.
4. Menarik kesimpulan dan memberikan saran sesuai dengan hasil penelitian.

## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 4.1.1 Sejarah CV Se2 Toys

CV Se2 Toys merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang manufaktur yang memproduksi berbagai macam boneka. Perusahaan ini didirikan pada Tahun 2015 silam oleh Bapak Sukra dan Ibu Een yang berlokasi di Jl. Tapos Rt 04/03, Kelurahan Cimpaeun, Kecamatan Cimanggis, Kota Depok. Pada awalnya pemilik perusahaan ini hanya pengrajin tangan yang membuat boneka. Setelah berjalannya waktu Ibu Een mencoba menitipkan boneka-boneka hasil buaatannya kepada toko-toko boneka. Hasil penjualan boneka yang dititipkan kepada toko-toko tersebut membuat para pemilik toko melakukan *repeat order* kepada Ibu Een. Hasilnya Ibu Een dan Bapak Sukra mendapat banyak pesanan dari beberapa pemilik toko yang meminta berbagai macam boneka. Mulai dari sini Ibu Een mempekerjakan beberapa orang untuk membantu membuat boneka-boneka pesanannya. Setelah produksi melonjak besar Bapak Sukra dan Ibu Een akhirnya membuka lahan tempat untuk memproduksi boneka agar dapat menampung banyak produk.

##### 4.1.2 Kegiatan Usaha

CV Se2 Toys menghasilkan berbagai jenis boneka, mulai dari boneka panda, beruang, keropi, dan kuda poni. Semua jenis boneka tersebut diproses dengan cara dan alat yang sama hanya saja dengan pola yang berbeda-beda sesuai dengan bentuk boneka. Bahan baku utama yang digunakan untuk pembuatan boneka ini adalah bahan kain bulu. Bahan penunjang yang digunakan antara lain benang, busa, aksesoris boneka, mesin jahit, alat potong, jarum dan lain sebagainya. Berikut adalah jenis peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam proses produksi, antara lain:

Tabel 4.1 Peralatan dalam Memproduksi Boneka

No	Jenis Barang	Fungsi
1.	Alat Potong	Alat yang dipakai untuk memotong pola yang sudah dibuat.
2.	Mesin Jahit	Menjahit pola-pola yang sudah dipotong dan menggabungkan pola tersebut sesuai dengan bentuk boneka.
3.	Gunting	Memotong pola/merapikan pola
4.	Spidol	Digunakan untuk pembuatan pola
5.	Penggaris	Digunakan untuk pembuatan pola

No	Jenis Barang	Fungsi
6.	Jarum jahit	Digunakan untuk menjahit pola-pola atau menyatukan pola
7.	Benang jahit	Digunakan untuk menjahit pola-pola atau menyatukan pola

(Sumber: CV Se2 Toys)

#### 4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Struktur organisasi merupakan suatu unit kerja dalam sebuah organisasi. Struktur organisasi yang dimiliki CV Se2 Toys ini bisa dibilang cukup sederhana. Pimpinan perusahaan yang merupakan pemilik perusahaan membawahi bagian keuangan, bagian produksi, dan bagian pemasaran. Pada bagian keuangan dan diambil alih oleh pemimpin perusahaan. Pada bagian produksi dibagi dengan beberapa aktivitas dalam proses produksinya serta memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Berikut ini merupakan susunan struktur organisasi yang ada pada CV Se2 Toys:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV Se2 Toys

Perusahaan mempekerjakan karyawan berjumlah 20 orang pada bagian produksi diantaranya terdiri dari 2 orang di bagian tukang pola dan potong, 1 orang pada bagian *pre-process*, 10 orang di bagian jahit, 6 orang pada bagian *finishing*, dan 1 orang pada bagian *packing*. Pemilik perusahaan berperan sebagai pemimpin perusahaan sekaligus merangkap sebagai bagian pemasaran dan bagian keuangan. Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian pada struktur organisasi CV Se2 Toys adalah sebagai berikut:

1. **Pemimpin Perusahaan**

Pemimpin perusahaan merupakan pemilik perusahaan yang bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan atas semua kegiatan pada CV Se2 Toys.

2. Bagian Keuangan  
Bagian keuangan yang diambil alih oleh pemilik perusahaan berperan sebagai pengendali dalam mengatur pemasukan dan pengeluaran yang terjadi dalam aktivitas yang terjadi pada perusahaan.
3. Bagian Produksi  
Bagian produksi bertanggung jawab dalam aktivitas proses produksi yang dilakukan. Proses produksi yang saling berkaitan antara divisi satu dengan divisi lainnya. Berikut divisi-divisi yang terdapat dalam bagian produksi:
  - a. Tukang Pola dan Potong, pada bagian ini dilakukan oleh 2 orang karyawan. Mereka mencetak pola sesuai dengan jenis boneka yang akan dibuat dan memotong pola yang sudah dibuat menggunakan alat potong kain.
  - b. *Pre-process*, bagian ini dilakukan oleh 1 orang karyawan dengan mempersiapkan bahan yang sudah dipotong untuk dilanjutkan pada proses jahit.
  - c. Tukang Jahit, pada bagian ini dilakukan oleh 10 orang karyawan dengan menyambungkan pola yang sudah dibuat satu sama lain sehingga menghasilkan pola yang sesuai.
  - d. *Finishing*, bagian *finishing* dilakukan oleh 6 orang karyawan yang bertugas untuk memasukkan isi boneka lengkap dengan aksesoris seperti pita dan lainnya.
  - e. *Packing*, untuk bagian *packing* dilakukan oleh 1 orang karyawan yang bertugas untuk merapikan boneka yang sudah jadi dan menyimpannya ke gudang persediaan.
4. Bagian Pemasaran  
Pada bagian pemasaran ini dilakukan oleh pemilik perusahaan dengan mencari konsumen atau pelanggan yang tertarik dengan boneka yang ditawarkan serta menyalurkan barang yang telah siap dijual.

#### 4.2 Identifikasi Proses Produksi Boneka CV Se2 Toys

Proses produksi dilakukan dengan mengubah bahan baku menjadi barang jadi berupa boneka melalui proses yang menggunakan sumber daya. Dalam hal ini sumber daya yang digunakan adalah bahan baku, peralatan yang digunakan dalam proses produksi dan sumber daya manusia. Berikut merupakan proses produksi boneka CV Se2 Toys:



Gambar 4.2 Kegiatan Produksi CV Se2 Toys

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa kegiatan produksi pada CV Se2 Toys sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan  
Tahap persiapan merupakan tahap awal yang dilakukan untuk memulai produksi. Dalam tahap ini disiapkan pola yang sesuai dengan keinginan konsumen dan bahan pendukung lainnya yang akan mendukung kegiatan produksi seperti spidol, alat pemotong kain, dan alat pengukur bahan.
2. Tahap Pemotongan Pola  
Pada tahap ini dilakukan pada bagian pemotongan pola yang bertugas dalam memotong bagian-bagian bahan boneka yang sudah dipersiapkan mulai dari bagian utama seperti kepala, tangan, kaki serta bagian pendukung seperti kantong, dan aksesoris pendukung sebagaimana dengan gambar pola yang sudah dibuat sebelumnya menggunakan pemotong kain.
3. Tahap *Pre-process*  
Pada tahap ini dilakukan pemisahan bahan yang sudah dibuat pola dengan menyortir perbagian-bagian boneka agar mempermudah dalam proses penjahitan.
4. Tahap Penjahitan  
Tahap ini dilakukan dengan menyatukan semua pola yang sudah dipotong. Pada tahap ini dilakukan dengan menjahit pada bagian-bagian yang mendukung dahulu seperti pemasangan kantong boneka, bordiran yang menjadi aksesoris mata dan mulut boneka, lalu disusul dengan penjahitan bagian-bagian utama boneka seperti badan, tangan dan kaki.
5. Tahap *Finishing*  
Pada tahap *finishing*, dilakukan kegiatan seperti memasukan isi boneka dengan dakron yang disesuaikan dengan ukuran boneka yang dibuat. Selanjutnya menutup sisa lubang kecil yang dipakai untuk memasukkan dakron menggunakan benang.
6. Tahap *Packing*  
Pada tahap ini dilakukan dengan merapikan boneka yang sudah jadi lalu masukkan ke gudang penyimpanan.

#### **4.3 Perhitungan Harga Pokok Produksi pada CV Se2 Toys**

Pada perhitungan harga pokok yang diterapkan pada CV Se2 Toys masih terbilang sederhana. Dalam perhitungan harga pokok produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik. Perusahaan menghitung jumlah bahan baku yang dikeluarkan untuk satu unit boneka, upah tenaga kerja yang dihasilkan untuk satu unit boneka, dan biaya *overhead* pabrik yang digunakan untuk produksi.

##### **4.3.1 Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Perusahaan**

Pada penelitian ini penulis mengambil sampel empat produk untuk diteliti dan menghitung penerapan *target costing*. Berikut daftar penjualan dari empat sampel yang diambil yaitu:

Tabel 4.2 Data Penjualan CV Se2 Toys Tahun 2020

Jenis Produk	Harga Jual (Rp)	Unit Terjual	Pendapatan Penjualan (Rp)
Boneka Beruang 1 Meter	135.000	1.282	173.070.000
Kuda Poni L	35.000	4.915	172.025.000
Keropi 1 Meter	135.000	1.138	153.630.000
Panda XL	100.000	1.272	127.200.000
<b>Total</b>		<b>8.607</b>	<b>625.925.000</b>

(Sumber: CV Se2 Toys)

Harga pokok produksi dapat dihitung dari biaya yang dikeluarkan pada saat memproduksi barang. Berikut terdapat biaya-biaya dalam proses produksi yang dilakukan oleh CV Se2 Toys, diantaranya adalah:

1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku merupakan semua bahan yang dipakai pada saat produksi berlangsung. Berdasarkan informasi dari CV Se2 Toys dapat diketahui bahwa bahan baku utama yang digunakan dalam membuat boneka adalah bahan kain dengan berbagai jenis bahan. Boneka beruang menggunakan bahan kain rasfur, boneka kuda poni menggunakan bahan kain velboa, boneka keropi menggunakan bahan kain rasfur, dan boneka panda menggunakan bahan kain rasfur. Selain itu bahan baku lain yang digunakan untuk membuat boneka adalah bahan TC, dakron, benang jahit, benang woll, dan aksesoris pendukung. Berikut adalah data pemakaian biaya bahan baku produk boneka Beruang 1 Meter, Kuda Poni L, Keropi 1 Meter, dan Panda XL pada CV Se2 Toys Tahun 2020:

Tabel 4.3 Data Pemakaian Biaya Bahan Baku Boneka Beruang pada Tahun 2020

Boneka Beruang 1 Meter						
No	Bahan Baku	Harga (Rp)	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Rp)
1	Rasfur	28.000	1	Yard	1 ½ Meter	46.154
2	TC	5.000	1	Yard	1 Meter	5.495
3	Dakron	19.000	1	Kg	2 Kg	38.000
4	Mata 28/30mm	600	1	Buah	2 Buah	1.200
5	Benang Jahit 40/3	10.000	1	Cones	5 Meter	14

<b>Boneka Beruang 1 Meter</b>						
<b>No</b>	<b>Bahan Baku</b>	<b>Harga (Rp)</b>	<b>Unit</b>	<b>Satuan</b>	<b>Pemakaian</b>	<b>Biaya Bahan Baku (Rp)</b>
6	Pita Organdi 20Y (1 Inc)	10.000	1	Roll	1 Meter	549
7	Benang Wol	6.000	1	Roll	1 Meter	50
8	Telapak Kaki dan Aksesoris Bordir	3.500	1	Buah	1 Buah	3.500
9	Hidung	600	1	Buah	1 Buah	600
10	Benang <i>Finishing</i>	10.000	1	Cones	70 Cm	2
<b>Total</b>						<b>95.563</b>

(Sumber: CV Se2 Toys)

Tabel 4.4 Data Pemakaian Bahan Baku Boneka Kuda Poni pada Tahun 2020

<b>Kuda Poni L</b>						
<b>No</b>	<b>Bahan Baku</b>	<b>Harga (Rp)</b>	<b>Unit</b>	<b>Satuan</b>	<b>Pemakaian</b>	<b>Biaya Bahan Baku (Rp)</b>
1	Velboa	26.000	1	Yard	25 Cm	7.143
2	Dakron	19.000	1	Kg	400 Gram	7.600
3	Mata Bordir	2.500	1	Buah	1 Buah	2.500
4	Benang Jahit 40/3	10.000	1	Cones	2 Meter	5
5	Benang <i>Finishing</i>	10.000	1	Cones	10 Cm	0,27
<b>Total</b>						<b>17.249</b>

(Sumber: CV Se2 Toys)

Tabel 4.5 Data Pemakaian Bahan Baku Boneka Keropi pada Tahun 2020

<b>Keropi 1 Meter</b>						
<b>No</b>	<b>Bahan Baku</b>	<b>Harga(Rp)</b>	<b>Unit</b>	<b>Satuan</b>	<b>Pemakaian</b>	<b>Biaya Bahan Baku (Rp)</b>
1	Raspur	28.000	1	Yard	1 ½ Meter	46.154

<b>Keropi 1 Meter</b>						
<b>No</b>	<b>Bahan Baku</b>	<b>Harga(Rp)</b>	<b>Unit</b>	<b>Satuan</b>	<b>Pemakaian</b>	<b>Biaya Bahan Baku (Rp)</b>
2	TC	5.000	1	Yard	1 Meter	5.495
3	Dakron	19.000	1	Kg	2 Kg	38.000
4	Mata 28/30	600	1	Buah	2 Buah	1.200
5	Benang Jahit 40/3	10.000	1	Cones	5 meter	14
6	Pita Organdi 20Y( $\frac{1}{2}$ Inc)	10.000	1	Roll	1 Meter	549
7	Benang Wol	6.000	1	Roll	1 Meter	50
8	Benang Finishing	10.000	1	Cones	70 Cm	2
9	Aksesoris	5.000	1	Buah	1 Buah	5.000
<b>Total</b>						<b>96.463</b>

(Sumber: CV Se2 Toys)

Tabel 4.6 Data Pemakaian Bahan Baku Boneka Panda XL pada Tahun 2020

<b>Panda XL</b>						
<b>No</b>	<b>Bahan Baku</b>	<b>Harga (Rp)</b>	<b>Unit</b>	<b>Satuan</b>	<b>Pemakaian</b>	<b>Biaya Bahan Baku (Rp)</b>
1	Rasfur	28.000	1	Yard	120 Cm	36.923
2	TC	5.000	1	Yard	80 Cm	4.396
3	Dakron	19.000	1	Kg	1 Kg	19.000
4	Mata 19/24mm	500	1	Buah	2 Buah	1.000
5	Benang Jahit 40/3	10.000	1	Cones	3 $\frac{1}{5}$ Meter	10
6	Pita Organdi 20Y(1 Inc)	10.000	1	Roll	50 Cm	275
7	Benang Wol	6.000	1	Roll	1/2 Meter	25
8	Telapak Kaki dan Aksesoris Bordir	3.500	1	Buah	1 Buah	3.500

Panda XL						
No	Bahan Baku	Harga (Rp)	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Rp)
9	Benang <i>Finishing</i>	10.000	1	Cones	50 Cm	1
<b>Total</b>						<b>65.129</b>

(Sumber: CV Se2 Toys)

Tabel 4.7 Biaya Bahan Baku per Unit CV Se2 Toys Tahun 2020

Nama Produk	Biaya (Rp)	Unit Produksi	Jumlah(Rp)
Beruang 1 Meter	95.563	1282	122.512.358
Kuda Poni L	17.249	4915	84.776.999
Keroppi 1 Meter	96.463	1138	109.775.419
Panda XL	65.129	1272	82.844.591

(Sumber: CV Se2 Toys)

Dalam pemakaian biaya bahan baku boneka Beruang 1 Meter sebesar Rp95.563 dan memproduksi 1282 dengan biaya total sebesar Rp122.512.358, biaya bahan baku boneka Kuda Poni L sebesar Rp17.249 dan memproduksi sebanyak 4915 buah dengan total biaya sebesar Rp84.776.999, biaya bahan baku boneka Keroppi 1 Meter sebesar Rp96.463 dan memproduksi sebanyak 1138 dengan total biaya sebesar Rp109.775.419, serta biaya bahan baku boneka Panda XL sebesar Rp65.129 dan memproduksi sebanyak 1272 buah dengan total biaya sebesar Rp82.844.591.

## 2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh CV Se2 Toys terbagi pada beberapa divisi yaitu divisi Pola dan Potong, *Pre-Process*, Jahit, *Finishing*, dan *Packing*. Adapun rincian-rincian biaya tenaga kerja pada CV Se2 Toys, sebagai berikut:

Tabel 4.8 Biaya Tenaga Kerja CV Se2 Toys Tahun 2020

No	Divisi	Jumlah Karyawan	Biaya Gaji Bulanan (Rp)	Biaya Gaji 1 Tahun (Rp)
1	Pola dan Potong	2	1.800.000	43.200.000
2	<i>Pre-Process</i>	1	1.500.000	18.000.000
3	Jahit	10	1.500.000	180.000.000
4	<i>Finishing</i>	6	1.500.000	108.000.000

No	Divisi	Jumlah Karyawan	Biaya Gaji Bulanan (Rp)	Biaya Gaji 1 Tahun (Rp)
5	<i>Packing</i>	1	1.500.000	18.000.000
<b>Total</b>			<b>7.800.000</b>	<b>367.200.000</b>

(Sumber : CV Se2 Toys)

Biaya gaji bulanan untuk divisi Pola dan Potong sebesar Rp1.800.000 dengan jumlah 2 karyawan dan total gaji setahun adalah Rp43.200.000, biaya gaji bulanan divisi *Pre-Process* sebesar Rp1.500.000 dengan jumlah 1 karyawan dan total gaji setahun adalah Rp18.000.000, biaya gaji bulanan divisi Jahit sebesar 1.500.000 dengan jumlah 10 karyawan dan total gaji setahun Rp180.000.000, biaya gaji bulanan divisi *Finishing* sebesar Rp1.500.000 dengan jumlah 6 karyawan dan total gaji setahun Rp108.000.000, dan biaya gaji bulanan divisi *Packing* dengan jumlah 1 karyawan dan total gaji setahun Rp 18.000.000.

Tabel 4.9 Alokasi Pembebanan Biaya Tenaga Kerja CV Se2 Toys Tahun 2020

Produk	Unit Produksi	Volume Produksi	Biaya Persentase	Total BTK (Rp)	Biaya Per unit (Rp)	Total Biaya (Rp)
Beruang 1 Meter	1282	71.552	1,79%	367.200.000	5.132	6.579.137
Kuda Poni L	4915		6,87%		5.132	25.223.446
Keropi 1 Meter	1138		1,59%		5.132	5.840.139
Panda XL	1272		1,78%		5.132	6.527.818

(Sumber: Data Primer diolah)

Tarif biaya tenaga kerja per unit yang dikenakan untuk boneka Beruang 1 Meter yaitu Rp5.132, jumlah ini diperoleh dari total biaya tenaga kerja keseluruhan Rp367.200.000 dibagi total volume produksi 71.552, total biaya sebesar Rp6.579.137 diperoleh dari biaya per unit dikali dengan unit produksi dengan persentase biaya 1,79%. Tarif biaya tenaga kerja per unit yang dikenakan untuk boneka Kuda Poni L yaitu Rp5.132, jumlah ini diperoleh dari total biaya tenaga kerja keseluruhan Rp367.200.000 dibagi total volume produksi 71.552, total biaya sebesar Rp25.223.446 diperoleh dari biaya per unit dikali dengan unit produksi dengan persentase biaya 6,87%. Tarif biaya tenaga kerja per unit yang dikenakan untuk boneka Keropi 1 Meter yaitu Rp5.132, jumlah ini diperoleh dari total biaya tenaga kerja keseluruhan Rp367.200.000 dibagi total volume produksi 71.552, total biaya sebesar Rp5.840.139 diperoleh dari biaya per unit dikali dengan unit produksi dengan persentase biaya 1,59%, dan tarif biaya tenaga kerja per unit

yang dikenakan untuk boneka Panda XL yaitu Rp5.132, jumlah ini diperoleh dari total biaya tenaga kerja keseluruhan Rp367.200.000 dibagi total volume produksi 71.552, total biaya sebesar Rp6.527.818 diperoleh dari biaya per unit dikali dengan unit produksi dengan persentase biaya 1,78%.

### 3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Dalam proses produksi perhitungan biaya *overhead* menghitung beberapa biaya yang termasuk kedalam klasifikasi BOP. Adapun perhitungan biaya-biaya *overhead* pabrik pada CV Se2 Toys Tahun 2020, sebagai berikut:

Tabel 4.10 Biaya *Overhead* Pabrik CV Se2 Toys Tahun 2020

No	Keterangan Biaya	Biaya (Rp)
1	Listrik	12.000.000
2	Bensin	7.200.000
3	Konsumsi	18.000.000
4	Biaya Pengemasan	8.723.000
<b>Total</b>		<b>45.923.000</b>

(Sumber: CV Se2 Toys)

Dalam tabel diatas dijelaskan beberapa biaya yang termasuk kedalam biaya *overhead* pabrik, berikut adalah penjelasan atas biaya-biaya tersebut:

- a. Listrik  
Merupakan biaya pemakaian listrik yang digunakan untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan.
- b. Bensin  
Biaya yang dikeluarkan untuk mengantar orderan dan kegiatan perusahaan lainnya.
- c. Konsumsi  
Biaya konsumsi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan para pekerja pada saat melakukan kegiatan perusahaan.
- d. Biaya Pengemasan  
Biaya pengemasan terdiri dari karung dan *polybag* yang digunakan oleh CV Se2 Toys dalam melakukan proses *packing* dengan total keseluruhan biaya pengemasan sebesar Rp8.723.000.

Tabel 4.11 Biaya Pengemasan CV Se2 Toys Tahun 2020

No	Bahan Baku	Biaya (Rp)
1	Karung	5.291.000

No	Bahan Baku	Biaya (Rp)
2	<i>Polybag</i>	3.432.000
<b>Total</b>		<b>8.723.000</b>

(Sumber: CV Se2 Toys)

Berdasarkan data diatas total biaya *overhead* yang dikeluarkan pada Tahun 2020 adalah sebesar Rp45.923.000. Pengalokasian biaya *overhead* pabrik untuk setiap satu produk boneka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12 Alokasi Pembebanan Biaya Overhead Pabrik CV Se2 Toys Tahun 2020

Produk	Unit Produksi	Volume Produksi	Biaya Persentase	Total BOP (Rp)	Biaya Per unit (Rp)	Total Biaya (Rp)
Beruang 1 Meter	1.282	71.552	1,79%	45.923.000	642	822.804
Kuda Poni L	4.915		6,87%		642	3.154.511
Keropi 1 Meter	1.138		1,59%		642	730.383
Panda XL	1.272		1,78%		642	816.386

(Sumber : Data primer diolah)

Tarif alokasi biaya *overhead* pabrik per unit yang dibebankan untuk setiap produk Beruang 1 Meter yaitu Rp642, jumlah ini diperoleh dari total BOP Rp45.923.000 dibagi volume produksi sebesar 71.552, dan total biaya sebesar Rp822.804 diperoleh dari biaya per unit dikali unit produksi dengan persentase 1,79%. Tarif alokasi biaya *overhead* pabrik per unit yang dibebankan untuk setiap produk Kuda Poni L yaitu Rp642, jumlah ini diperoleh dari total BOP Rp45.923.000 dibagi volume produksi sebesar 71.552, dan total biaya sebesar Rp3.154.511 diperoleh dari biaya per unit dikali unit produksi dengan persentase 6,87%. Tarif alokasi biaya *overhead* pabrik per unit yang dibebankan untuk setiap produk Keropi 1 Meter yaitu Rp642, jumlah ini diperoleh dari total BOP Rp45.923.000 dibagi volume produksi sebesar 71.552, dan total biaya sebesar Rp730.383 diperoleh dari biaya per unit dikali unit produksi dengan persentase 1,59%. Tarif alokasi biaya *overhead* pabrik per unit yang dibebankan untuk setiap produk Panda XL yaitu Rp642, jumlah ini diperoleh dari total BOP Rp45.923.000 dibagi volume produksi sebesar 71.552, dan total biaya sebesar Rp816.386 diperoleh dari biaya per unit dikali unit produksi dengan persentase 1,78%.

Perhitungan harga pokok produksi dari biaya produksi digunakan untuk memproduksi suatu produk barang. Biaya-biaya yang diperhitungkan dalam harga pokok produksi ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.

Perhitungan harga pokok produksi per produk pada boneka Beruang 1 Meter, Kuda Poni L, Keropi 1 Meter, dan Panda XL, sebagai berikut:

Tabel 4.13 Tarif Biaya HPP per Produk Menurut Perusahaan CV Se2 Toys

<b>Keterangan</b>	<b>Beruang 1 Meter</b>	<b>Kuda Poni L</b>	<b>Keropi 1 Meter</b>	<b>Panda XL</b>
Biaya Bahan Baku (Dalam Rp)	95.563	17.249	96.463	65.129
Biaya Tenaga Kerja (Dalam Rp)	5.132	5.132	5.132	5.132
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik (Dalam Rp)	642	642	642	642
<b>Total Biaya per Unit (Dalam Rp)</b>	<b>101.337</b>	<b>23.002</b>	<b>102.237</b>	<b>70.903</b>
<b>Unit Produksi</b>	<b>1.282</b>	<b>4.915</b>	<b>1138</b>	<b>1.272</b>
<b>Total Keseluruhan (Dalam Rp)</b>	<b>129.914.299</b>	<b>113.154.955</b>	<b>116.345.941</b>	<b>90.188.795</b>

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya bahan baku untuk boneka Beruang 1 Meter sebesar Rp95.563 dengan biaya tenaga kerja sebesar Rp5.132, dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp642, total seluruh biaya per unit adalah Rp101.337 dengan total produksi 1.282, jadi total biaya keseluruhan Beruang 1 Meter sebesar Rp129.914.299. Biaya bahan baku untuk boneka Kuda Poni L sebesar Rp17.249 dengan biaya tenaga kerja sebesar Rp5.132, dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp642, total seluruh biaya per unit adalah Rp23.002 dengan total produksi 4.915, jadi total biaya keseluruhan Kuda Poni L sebesar Rp113.154.955. Biaya bahan baku untuk boneka Keropi 1 Meter sebesar Rp96.463 dengan biaya tenaga kerja sebesar Rp5.132, dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp642, total seluruh biaya per unit adalah Rp102.237 dengan total produksi 1.138, jadi total biaya keseluruhan Keropi 1 Meter sebesar Rp116.345.941. Biaya bahan baku untuk boneka Panda XL sebesar Rp65.129 dengan biaya tenaga kerja sebesar Rp5.132, dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp642, total seluruh biaya per unit adalah Rp70.903 dengan total produksi 1.272, jadi total biaya keseluruhan Panda XL sebesar Rp90.188.795. Berikut adalah tabel harga pokok produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik CV Se2 Toys Tahun 2020:

Tabel 4.14 Biaya Harga Pokok Produksi Menurut Perusahaan CV Se2 Toys

<b>Keterangan</b>	<b>Beruang 1 Meter</b>	<b>Kuda Poni L</b>	<b>Keropi 1 Meter</b>	<b>Panda XL</b>
Biaya Bahan Baku (Dalam Rp)	122.512.358	84.776.999	109.775.419	82.844.591
Biaya Tenaga Kerja (Dalam Rp)	6.579.137	25.223.446	5.840.139	6.527.818
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik (Dalam Rp)	822.804	3.154.511	730.383	816.386
Total Biaya (Dalam Rp)	129.914.299	113.154.955	116.345.941	90.188.795
Unit Produksi	1.282	4.915	1138	1.272
HPP Per Unit (Dalam Rp)	101.337	23.022	102.237	70.903
Harga Jual (Dalam Rp)	135.000	35.000	135.000	100.000

(Sumber: CV Se2 Toys)

Pada tabel diatas dijelaskan bahwa HPP boneka Beruang 1 Meter memiliki total biaya sebesar Rp129.914.299 dengan rincian biaya bahan baku Rp122.512.358, biaya tenaga kerja sebesar Rp6.579.137, dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp822.804 dengan unit produksi 1.282 sehingga HPP per Unit Rp101.337. Produk boneka Kuda Poni L memiliki total biaya sebesar Rp113.154.955 dengan rincian biaya bahan baku Rp84.776.999, biaya tenaga kerja sebesar Rp25.223.446, dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp3.154.511 dengan unit produksi 4.915 sehingga HPP per Unit Rp23.022. Produk boneka Keropi 1 Meter memiliki total biaya sebesar Rp116.345.941 dengan rincian biaya bahan baku Rp109.775.419, biaya tenaga kerja sebesar Rp5.840.139, dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp730.383 dengan unit produksi 1.138 sehingga HPP per Unit Rp102.237. Produk boneka Panda XL memiliki total biaya sebesar Rp90.188.795 dengan rincian biaya bahan baku Rp 82.844.591, biaya tenaga kerja sebesar Rp6.527.818, dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp816.386 dengan unit produksi 1.272 sehingga HPP per Unit Rp70.903.

Tabel 4.15 Analisis Perhitungan Persentase Biaya dan Laba (Menurut Perusahaan)  
CV Se2 Toys Tahun 2020

Produk	Harga Jual (Rp)	Biaya		Laba	
		(Rp)	Persentase	(Rp)	Persentase
Boneka Beruang 1 Meter	135.000	101.337	75,06%	33.663	24,94%
Kuda Poni L	35.000	23.022	65,78%	11.978	34,22%
Keropi 1 Meter	135.000	102.237	75,73%	32.763	24,27%
Panda XL	100.000	70.903	70,90%	29.097	29,10%

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada tabel diatas dapat dilihat besarnya persentase biaya dan laba CV Se2 Toys dari penjualan boneka Beruang 1 Meter, Kuda Poni L, Keropi 1 Meter, dan Panda XL. Biaya Beruang 1 Meter per unit adalah Rp101.337 dengan laba sebesar Rp33.663 dari harga jual Rp135.000. Biaya Kuda Poni L per unit adalah Rp23.022 dengan laba sebesar Rp11.978 dari harga jual Rp35.000. Biaya Keropi 1 Meter per unit adalah Rp102.237 dengan laba sebesar Rp32.763 dari harga jual Rp135.000. Biaya yang Panda XL per unit adalah Rp70.903 dengan laba sebesar Rp29.097 dari harga jual Rp100.000.

#### 4.3.4 Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut *Target costing*

Penerapan *target costing* merupakan metode untuk merencanakan laba dan manajemen biaya berdasarkan harga jual. Dalam metode ini difokuskan terhadap pembatasan biaya yang keluar pada saat produksi. Hal ini digunakan untuk mendapatkan harga yang setara dengan harga pasar. Berikut adalah langkah-langkah penerapan *target costing* pada CV Se2 Toys:

##### 1. Menentukan Harga Pasar yang Kompetitif

CV Se2 Toys memiliki beberapa jenis produk yang diproduksi, namun pada penelitian ini memfokuskan pada produk Boneka Beruang 1 Meter, Kuda Poni L, Keropi 1 Meter, dan Panda XL dikarenakan produk tersebut menjadi produk terendah dalam segi penjualannya. Hal ini diakibatkan harga yang terlalu mahal sehingga tidak dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Berikut adalah perbandingan harga antara CV Se2 Toys dengan kompetitor lainnya:

Tabel 4.16 Daftar Harga Pasar

Produk	CV Se2 Toys (Rp)	Widia Boneka (Rp)	Abi Toys (Rp)
Beruang 1 Meter	135.000	108.000	119.000
Kuda Poni L	35.000	29.000	30.000

Produk	CV Se2 Toys (Rp)	Widia Boneka (Rp)	Abi Toys (Rp)
Keropi 1 Meter	135.000	104.000	110.000
Panda XL	100.000	70.000	90.000

(Sumber: Data Riset)

Penentuan harga pasar pada produk boneka Beruang 1 Meter, Kuda Poni L, Keropi 1 Meter, dan Panda XL ditetapkan sesuai dengan kebijakan dari pihak manajemen dan analisis biaya dan laba yang diinginkan. CV Se2 Toys menetapkan boneka Beruang 1 Meter pada harga Rp119.000, Kuda Poni L pada harga Rp29.000, Keropi 1 Meter pada harga Rp110.000, dan Panda XL pada harga Rp90.000.

## 2. Menentukan Target Laba per Produk

Penjualan produk yang dilakukan perusahaan untuk menentukan laba yang akan diambil dari per unit produk sesuai dengan kebijakan dan tujuan perusahaan CV Se2 Toys dengan menentukan laba 25% untuk boneka Beruang 1 Meter dan Keropi 1 Meter, untuk boneka Kuda Poni L sebesar 35%, dan sebesar 30% untuk Panda XL dari harga jual per produk.

- Perhitungan target laba pada produk Beruang 1 Meter

$$\begin{aligned} \text{Target Laba} &= \text{Harga jual} - \text{Biaya per unit} \\ &= \text{Rp}135.000 - (75\% \times \text{Rp}135.000) \\ &= \text{Rp}33.750 \end{aligned}$$

- Perhitungan target laba pada produk Kuda Poni L

$$\begin{aligned} \text{Target Laba} &= \text{Harga jual} - \text{Biaya per unit} \\ &= \text{Rp}35.000 - (65\% \times \text{Rp}135.000) \\ &= \text{Rp}12.250 \end{aligned}$$

- Perhitungan target laba pada produk Keropi 1 Meter

$$\begin{aligned} \text{Target Laba} &= \text{Harga jual} - \text{Biaya per unit} \\ &= \text{Rp}135.000 - (75\% \times \text{Rp}135.000) \\ &= \text{Rp}33.750 \end{aligned}$$

- Perhitungan target laba pada produk Panda XL

$$\begin{aligned} \text{Target Laba} &= \text{Harga jual} - \text{Biaya per unit} \\ &= \text{Rp}100.000 - (70\% \times \text{Rp}100.000) \\ &= \text{Rp}30.000 \end{aligned}$$

Perhitungan diatas dapat diketahui bahwa persentase biaya sebesar 75% dari boneka beruang pada harga jual Rp135.000 menghasilkan target laba sebesar Rp33.750. Persentase biaya boneka Kuda Poni L sebesar 65% pada harga jual Rp35.000 menghasilkan target laba sebesar Rp12.250. Persentase biaya boneka Keropi 1 Meter sebesar 75% pada harga jual Rp135.000 dan menghasilkan target laba

sebesar Rp33.750. Persentase biaya boneka Panda XL sebesar 70% pada harga jual Rp100.000 menghasilkan target laba sebesar Rp30.000.

### 3. Menentukan Biaya per Produk

Penjualan yang dilakukan perusahaan akan menentukan berapa biaya per unit produk yang dikeluarkan dari harga jual yang sesuai dengan kebijakan dari perusahaan. CV Se2 Toys menentukan biaya yang dikeluarkan pada boneka Beruang 1 Meter dan Keropi 1 Meter sebesar 75%, sedangkan pada boneka Kuda Poni L sebesar 65% dan Panda XL sebesar 70% dari harga jual.

- Perhitungan target biaya pada produk Beruang 1 Meter

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya} &= \text{Harga jual} - \text{Laba per unit} \\ &= \text{Rp}135.000 - (25\% \times \text{Rp}135.000) \\ &= \text{Rp}101.250 \end{aligned}$$

- Perhitungan target biaya pada produk Kuda Poni L

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya} &= \text{Harga jual} - \text{Laba per unit} \\ &= \text{Rp}35.000 - (35\% \times \text{Rp}135.000) \\ &= \text{Rp}22.750 \end{aligned}$$

- Perhitungan target biaya pada produk Keropi 1 Meter

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya} &= \text{Harga jual} - \text{Laba per unit} \\ &= \text{Rp}135.000 - (25\% \times \text{Rp}135.000) \\ &= \text{Rp}101.250 \end{aligned}$$

- Perhitungan target biaya pada produk Panda XL

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya} &= \text{Harga jual} - \text{Laba per unit} \\ &= \text{Rp}100.000 - (30\% \times \text{Rp}100.000) \\ &= \text{Rp}70.000 \end{aligned}$$

Pada perhitungan diatas menunjukkan bahwa produk boneka Beruang 1 Meter dan Keropi 1 Meter dengan persentase laba sebesar 25% pada harga jual Rp135.000 menghasilkan target biaya sebesar Rp101.250. Pada produk boneka Kuda Poni L dengan persentase laba sebesar 35% pada harga jual Rp35.000 menghasilkan target biaya sebesar Rp22.750, sedangkan produk boneka Panda XL dengan persentase laba 30% pada harga jual Rp100.000 menghasilkan target biaya sebesar Rp70.000.

Tabel 4.17 Penjualan Produk CV Se2 Toys Tahun 2020

Produk	Pendapatan (Rp)	Total Penjualan (Rp)	Persentase
Beruang 1 Meter	173.070.000	625.925.000	27,65%
Kuda Poni L	172.025.000		27,48%
Keropi 1 Meter	153.630.000		24,54%

<b>Produk</b>	<b>Pendapatan (Rp)</b>	<b>Total Penjualan (Rp)</b>	<b>Persentase</b>
Panda XL	127.200.000		20,32%

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada tabel diatas dapat diketahui persentase penjualan terbesar yaitu pada produk Beruang 1 Meter sebesar 27,65%, dikarenakan jumlah total pendapatan pada produk ini lebih banyak dibandingkan dengan produk yang lainnya. Pendapatan yang diterima pada produk Beruang 1 Meter sebanyak Rp173.070.000 sedangkan untuk produk Kuda Poni L sebanyak Rp172.025.000, produk Keropi 1 Meter sebanyak Rp153.630.000, dan untuk produk Panda XL sebanyak Rp127.200.000.

Tabel 4.18 Perhitungan Persentase Biaya dan Laba (*Target costing*) CV Se2 Toys Tahun 2020

<b>Keterangan</b>	<b>Beruang 1 Meter</b>	<b>Kuda Poni L</b>	<b>Keropi 1 Meter</b>	<b>Panda XL</b>
Harga Jual (Rp)	135.000	35.000	135.000	100.000
Unit Produksi	1.282	4.915	1.138	1.272
Biaya (Rp)	101.250	22.750	101.250	70.000
Persentase Biaya	75%	65%	75%	70%
<b>Total Biaya (Rp)</b>	129.802.500	111.816.250	115.222.500	89.040.000
Laba (Rp)	33.750	12.250	33.750	30.000
Persentase Laba	25%	35%	25%	30%
<b>Total Laba (Rp)</b>	43.267.500	60.208.750	38.407.500	38.160.000

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada tabel diatas dapat dilihat persentase biaya dan laba dengan menggunakan metode *Target costing* dalam menentukan harga jual produk. Pada produk Beruang 1 Meter dengan harga jual Rp135.000 mengharapkan target biaya 75% dari harga jual yaitu sebesar Rp101.250 dengan adanya unit yang diproduksi sebanyak 1.282 unit dan total keseluruhan biaya sebesar Rp129.802.500, sedangkan dalam nilai laba yang diharapkan dengan persentase 25% dari harga jual yaitu Rp33.750 sehingga total keseluruhan laba sebesar Rp43.267.500. Pada produk Kuda Poni L dengan harga jual Rp35.000 mengharapkan target biaya 65% dari harga jual yaitu sebesar Rp22.750 dengan adanya unit produksi sebanyak 4.915 unit dan total keseluruhan biaya sebesar Rp111.816.250, sedangkan dalam nilai laba yang diharapkan dengan persentase 35% dari harga jual yaitu Rp12.250 sehingga total keseluruhan laba sebesar Rp60.208.750. Produk Keropi 1 Meter dengan harga jual Rp135.000 mengharapkan target biaya 75% dari harga jual yaitu sebesar Rp101.250 dengan adanya unit yang diproduksi sebanyak 1.138 unit dan total keseluruhan biaya sebesar Rp115.222.500, sedangkan

dalam nilai laba yang diharapkan dengan persentase 25% dari harga jual yaitu Rp33.750 dengan sehingga total keseluruhan laba sebesar Rp38.407.500. Produk Panda XL dengan harga jual Rp100.000 mengharapakan target biaya 70% dari harga jual yaitu sebesar Rp70.000 dengan adanya unit yang diproduksi sebanyak 1.272 unit dan total keseluruhan biaya sebesar Rp89.040.000, sedangkan dalam nilai laba yang diharapkan dengan persentase 30% dari harga jual yaitu Rp30.000 sehingga total keseluruhan laba sebesar Rp38.160.000.

#### 4. Rekayasa Nilai atau *Value Engineering*

Penentuan harga jual yang diambil pada CV Se2 Toys merupakan pengambilan nilai tengah antara harga produk. Dalam hal penurunan harga jual disarankan agar perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor sehingga dapat meningkatkan persentase penjualan. Pihak manajemen mengambil keputusan dalam penentuan harga jual yang diambil untuk produk boneka Beruang 1 Meter dari harga Rp135.000 menjadi Rp119.000, produk Kuda Poni L dari harga Rp35.000 menjadi 29.000, produk Keropi 1 Meter dari harga Rp135.000 menjadi 110.000, dan produk Panda XL dari harga Rp100.000 menjadi Rp90.000.

Dalam memenuhi target yang sesuai dengan biaya yang diharapkan, penulis melakukan suatu alternatif sebagai bentuk pertimbangan yang harus diambil oleh perusahaan dalam mengambil keputusan. Alternatif tersebut merupakan *value engineering* atau rekayasa nilai. Hal ini dapat memberikan pertimbangan untuk perusahaan agar dapat mempertahankan kualitas produk dengan biaya yang lebih terjangkau bagi perusahaan.

#### **Biaya Bahan Baku**

Pada peningkatan efisiensi bahan baku ini dapat mempengaruhi terhadap kualitas boneka. Dalam hal perbedaan kualitas ini tidak berbeda jauh dengan sebelumnya. Hal ini disarankan oleh penulis kepada manajemen perusahaan harus menyesuaikan dalam menentukan pangsa pasar yang dituju seperti pangsa pasar kelas bawah dan menengah.

Tabel 4.19 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku Beruang 1 Meter

<b>Boneka Beruang 1 Meter</b>						
<b>No</b>	<b>Bahan Baku</b>	<b>Harga (Rp)</b>	<b>Unit</b>	<b>Satuan</b>	<b>Pemakaian</b>	<b>Biaya Bahan Baku (Rp)</b>
1	Rasfur	25.000	1	Yard	1 ½ Meter	41.209
2	TC	4.000	1	Yard	1 Meter	4.396
3	Dakron	15.000	1	Kg	2 Kg	30.000
4	Mata 28/30mm	500	1	Buah	2 Buah	1.000

Boneka Beruang 1 Meter						
No	Bahan Baku	Harga (Rp)	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Rp)
5	Benang Jahit 40/3	8.000	1	Cones	5 Meter	11
6	Pita Organdi 20Y (1 Inc)	5.500	1	Roll	1 Meter	302
7	Benang Wol	5.000	1	Roll	1 Meter	42
8	Telapak Kaki dan Aksesoris Bordir	3.500	1	Buah	1 Buah	3.500
9	Hidung	500	1	Buah	1 Buah	500
10	Benang <i>Finishing</i>	8.000	1	Cones	70 Cm	2
<b>Total</b>						<b>80.961</b>

(Sumber: Data Primer diolah)

**Keterangan:**

1. Mengganti pemasok rasfur dari harga Rp29.000 per 1 yard menjadi Rp25.000 per 1 Yard.
2. Mengganti pemasok TC dari harga Rp5.000 per 1 yard menjadi Rp4.000 per 1 Yard.
3. Mengganti pemasok dakron dari harga Rp19.000 per 1 kg menjadi Rp15.000 per 1 kg.
4. Mengganti pemasok aksesoris mata 28/30mm dari harga Rp600 per 1 buah menjadi Rp500 per 1 buah.
5. Mengganti pemasok benang jahit 40/3 dari harga Rp10.000 per 1 cones menjadi Rp8.000 per 1 cones.
6. Mengganti pemasok pita organdi 20Y (1 Inc) dari harga Rp10.000 per 1 roll menjadi Rp5.500 per 1 roll.
7. Mengganti pemasok benang woll dari harga Rp6.000 per 1 roll menjadi Rp5.000 per 1 Yard.
8. Mengganti pemasok aksesoris hidung dari harga Rp600 per 1 buah menjadi Rp500 per 1 buah.
9. Mengganti pemasok benang *finishing* dari harga Rp10.000 per 1 cones menjadi Rp8.000 per 1 cones.

Tabel 4.20 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku Kuda Poni L

Kuda Poni L						
No	Bahan Baku	Harga (Rp)	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Rp)
1	Velboa	22.000	1	Yard	25 Cm	6.044
2	Dakron	15.000	1	Kg	400 Gram	6.000
3	Mata Bordir	1.000	1	Buah	1 Buah	1.000
4	Benang Jahit 40/3	8.000	1	Cones	2 Meter	4
5	Benang <i>Finishing</i>	8.000	1	Cones	10 Cm	0,22
<b>Total</b>						<b>13.049</b>

(Sumber: Data Primer Diolah)

Keterangan:

1. Mengganti pemasok bahan velboa dari harga Rp26.000 per 1 yard menjadi Rp22.000 per 1 yard.
2. Mengganti pemasok bahan dakron dari harga Rp19.000 per 1 Kg menjadi Rp15.000 per 1 Kg.
3. Mengganti pemasok aksesoris mata bordir dari harga Rp2.500 menjadi 1.000.
4. Mengganti pemasok benang jahit 40/3 dari harga Rp10.000 menjadi Rp8.000.
5. Mengganti pemasok benang *finishing* dari harga Rp10.000 menjadi Rp8.000.

Tabel 4.21 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku Keropi 1 Meter

Kerropi 1 Meter						
No	Bahan Baku	Harga (Rp)	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Rp)
1	Rasfur	25.000	1	Yard	1 ½ Meter	41.209
2	TC	4.000	1	Yard	1 Meter	4.396
3	Dakron	15.000	1	Kg	2 Kg	30.000
4	Mata 28/30mm	500	1	Buah	2 Buah	1.000
5	Benang Jahit 40/3	8.000	1	Cones	5 meter	11
6	Pita Organdi 20Y(1 Inc)	5.500	1	Roll	1 Meter	302
7	Benang Wol	5.000	1	Roll	1 Meter	42
8	Benang <i>Finishing</i>	8.000	1	Cones	70 Cm	2

Kerropi 1 Meter						
No	Bahan Baku	Harga (Rp)	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Rp)
9	Aksesoris	3.500	1	Buah	1 Buah	3.500
<b>Total</b>						<b>80.461</b>

(Sumber: Data Primer diolah)

Keterangan:

1. Mengganti pemasok rasfur dari harga Rp29.000 per 1 yard menjadi Rp25.000 per 1 Yard.
2. Mengganti pemasok TC dari harga Rp5.000 per 1 yard menjadi Rp4.000 per 1 Yard.
3. Mengganti pemasok dakron dari harga Rp19.000 per 1 kg menjadi Rp15.000 per 1 kg.
4. Mengganti pemasok aksesoris mata 28/30mm dari harga Rp600 per 1 buah menjadi Rp500 per 1 buah.
5. Mengganti pemasok benang jahit 40/3 dari harga Rp10.000 per 1 cones menjadi Rp8.000 per 1 cones.
6. Mengganti pemasok pita organdi 20Y (1 Inc) dari harga Rp10.000 per 1 roll menjadi Rp5.500 per 1 roll.
7. Mengganti pemasok benang woll dari harga Rp6.000 per 1 roll menjadi Rp5.000 per 1 Yard.
8. Mengganti pemasok benang *finishing* dari harga Rp10.000 per 1 cones menjadi Rp8.000 per 1 cones.
9. Mengganti pemasok aksesoris dari harga Rp5.000 per 1 buah menjadi Rp3.500 per 1 Buah.

Tabel 4.22 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku Panda XL

Panda XL						
No	Bahan Baku	Harga (Rp)	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Rp)
1	Rasfur	25.000	1	Yard	120 Cm	32.967
2	TC	4.000	1	Yard	80 Cm	3.516
3	Dakron	15.000	1	Kg	1 Kg	15.000
4	Mata 19/24mm	400	1	Buah	2 Buah	800
5	Benang Jahit 40/3	8.000	1	Cones	3 ½ Meter	8

Panda XL						
No	Bahan Baku	Harga (Rp)	Unit	Satuan	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Rp)
6	Pita Organdi 20Y(1 Inc)	5.500	1	Roll	50 Cm	151
7	Benang Wol	5.000	1	Roll	½ Meter	21
8	Telapak Kaki dan Aksesoris Bordir	3.500	1	Buah	1 Buah	3.500
9	Benang <i>Finishing</i>	8.000	1	Cones	50 Cm	1,10
<b>Total</b>						<b>55.964</b>

(Sumber: Data Primer diolah)

Keterangan:

1. Mengganti pemasok rasfur dari harga Rp29.000 per 1 yard menjadi Rp25.000 per 1 Yard.
2. Mengganti pemasok TC dari harga Rp5.000 per 1 yard menjadi Rp4.000 per 1 Yard.
3. Mengganti pemasok dakron dari harga Rp19.000 per 1 kg menjadi Rp15.000 per 1 kg.
4. Mengganti pemasok aksesoris mata 19/24mm dari harga Rp500 per 1 buah menjadi Rp400 per 1 buah.
5. Mengganti pemasok benang jahit 40/3 dari harga Rp10.000 per 1 cones menjadi Rp8.000 per 1 cones.
6. Mengganti pemasok pita organdi 20Y (1 Inc) dari harga Rp10.000 per 1 roll menjadi Rp5.500 per 1 roll.
7. Mengganti pemasok benang woll dari harga Rp6.000 per 1 roll menjadi Rp5.000 per 1 Yard.
8. Mengganti pemasok benang *finishing* dari harga Rp10.000 per 1 cones menjadi Rp8.000 per 1 cones.

### Biaya Tenaga Kerja

Tabel 4.23 Peningkatan Efisiensi Biaya Tenaga Kerja

No	Divisi	Jumlah Karyawan	Biaya Gaji Bulanan (Rp)	Biaya Gaji 1 Tahun (Rp)
1	Pola dan Potong	2	1.800.000	43.200.000
2	<i>Pre-Process</i>	1	1.500.000	18.000.000

No	Divisi	Jumlah Karyawan	Biaya Gaji Bulanan (Rp)	Biaya Gaji 1 Tahun (Rp)
3	Jahit	10	1.500.000	180.000.000
4	<i>Finishing</i>	6	1.500.000	108.000.000
5	<i>Packing</i>	1	1.500.000	18.000.000
<b>Total</b>			<b>7.800.000</b>	<b>367.200.000</b>

(Sumber: Data Primer diolah)

Keterangan:

1. Tenaga kerja divisi Pola dan Potong gaji bulanan sebesar Rp1.800.000 dengan total keseluruhan selama 1 tahun Rp43.200.000.
2. Divisi *Pre-process* gaji bulanan sebesar Rp1.500.000 dengan total keseluruhan selama 1 tahun Rp18.000.000.
3. Divisi Jahit gaji bulanan sebesar Rp1.500.000 dengan total keseluruhan selama 1 tahun Rp180.000.000.
4. Divisi *finishing* gaji bulanan sebesar Rp1.500.000 dengan total keseluruhan selama 1 tahun Rp108.000.000.
5. Divisi *packing* gaji bulanan sebesar Rp1.500.000 dengan total keseluruhan selama 1 tahun Rp18.000.000.

### **Biaya Overhead Pabrik**

Tabel 4.24 Peningkatan Efisiensi Biaya *Overhead* Pabrik

No	Keterangan Biaya	Biaya (Rp)
1	Listrik	8.400.000
2	Bensin	3.600.000
3	Konsumsi	12.000.000
4	Biaya Pengemasan	4.000.000
<b>Total</b>		<b>28.000.000</b>

(Sumber: Data Primer diolah)

Keterangan:

1. Biaya *overhead* pabrik atas biaya listrik Rp12.000.000 diganti dengan cara menganggarkan biaya listrik dan meminimalisir pemakaian sebesar Rp8.400.000. Perusahaan harus mengurangi pemakaian atas mesin jahit yang dipakai pada aktivitas diluar produksi.

2. Biaya *overhead* pabrik atas biaya bensin Rp7.200.000 diganti dengan cara menganggarkan biaya bensin dan meminimalisir pemakaian sebesar Rp3.600.000.
3. Biaya *overhead* pabrik atas biaya konsumsi Rp18.000.000 diganti dengan cara menganggarkan biaya konsumsi sebesar Rp12.000.000.
4. Biaya *overhead* pabrik atas biaya pengemasan Rp8.723.000 diganti dengan cara menganggarkan biaya pengemasan dan meminimalisir pemakaian sebesar Rp4.000.000.

### **Penerapan *Target costing***

#### 1. Menentukan Harga Pasar

Penentuan harga jual diambil dari pertimbangan harga jual para kompetitor, sehingga harga pasar yang ditetapkan dapat sesuai dengan harga jual di pasaran. Penetapan harga jual pada produk boneka Beruang sebesar Rp119.000, boneka Kuda Poni L ditetapkan dengan harga Rp29.000, boneka Kerpopi 1 Meter ditetapkan dengan harga Rp110.000, sedangkan boneka Panda XL ditetapkan pada harga Rp90.000.

#### 2. Menghitung Target Laba

Langkah selanjutnya setelah menentukan harga jual per unit yang telah berlaku di pasaran, perusahaan dapat menentukan target laba yang ingin dicapai. Target laba yang ingin dicapai oleh perusahaan dapat dihitung, sebagai berikut:

- Perhitungan target laba pada produk Beruang 1 Meter

$$\begin{aligned} \text{Target Laba} &= \text{Harga jual} - \text{Biaya per unit} \\ &= \text{Rp}119.000 - (75\% \times \text{Rp}119.000) \\ &= \text{Rp}29.750 \end{aligned}$$

- Perhitungan target laba pada produk Kuda Poni L

$$\begin{aligned} \text{Target Laba} &= \text{Harga jual} - \text{Biaya per unit} \\ &= \text{Rp}29.000 - (65\% \times \text{Rp}29.000) \\ &= \text{Rp}10.150 \end{aligned}$$

- Perhitungan target laba pada produk Kerpopi 1 Meter

$$\begin{aligned} \text{Target Laba} &= \text{Harga jual} - \text{Biaya per unit} \\ &= \text{Rp}110.000 - (75\% \times \text{Rp}110.000) \\ &= \text{Rp}27.500 \end{aligned}$$

- Perhitungan target laba pada produk Panda XL

$$\begin{aligned} \text{Target Laba} &= \text{Harga jual} - \text{Biaya per unit} \\ &= \text{Rp}90.000 - (70\% \times \text{Rp}90.000) \\ &= \text{Rp}27.000 \end{aligned}$$

Pada perhitungan di atas dapat diketahui bahwa persentase biaya sebesar 75% dari boneka Beruang 1 Meter pada harga jual Rp119.000 menghasilkan target laba

sebesar Rp29.750. Persentase biaya boneka Kuda Poni L sebesar 65% pada harga jual Rp29.000 menghasilkan target laba sebesar Rp10.150. Persentase biaya boneka Keropi 1 Meter sebesar 75% pada harga jual Rp110.000 dan menghasilkan target laba sebesar Rp27.500. Persentase biaya boneka Panda XL sebesar 70% pada harga jual Rp90.000 menghasilkan target laba sebesar Rp27.000.

### 3. Menentukan Biaya Per Produk

Berdasarkan harga jual yang telah ditetapkan, perusahaan telah menentukan laba yang diinginkan sehingga dapat menentukan tingkat biaya yang harus dikeluarkan dalam produksi, berikut adalah perhitungannya:

- Perhitungan target biaya pada produk Beruang 1 Meter

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya} &= \text{Harga jual} - \text{Laba per unit} \\ &= \text{Rp119.000} - (25\% \times \text{Rp119.000}) \\ &= \text{Rp89.250} \end{aligned}$$

- Perhitungan target biaya pada produk Kuda Poni L

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya} &= \text{Harga jual} - \text{Laba per unit} \\ &= \text{Rp29.000} - (35\% \times \text{Rp29.000}) \\ &= \text{Rp18.850} \end{aligned}$$

- Perhitungan target biaya pada produk Keropi 1 Meter

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya} &= \text{Harga jual} - \text{Laba per unit} \\ &= \text{Rp110.000} - (25\% \times \text{Rp110.000}) \\ &= \text{Rp82.500} \end{aligned}$$

- Perhitungan target biaya pada produk Panda XL

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya} &= \text{Harga jual} - \text{Laba per unit} \\ &= \text{Rp90.000} - (30\% \times \text{Rp90.000}) \\ &= \text{Rp63.000} \end{aligned}$$

Pada perhitungan di atas dapat dilihat bahwa persentase laba sebesar 25% dari boneka Beruang 1 Meter pada harga jual Rp119.000 menghasilkan target biaya sebesar Rp89.250. Persentase laba boneka Kuda Poni L sebesar 35% pada harga jual Rp29.000 menghasilkan target biaya sebesar Rp18.850. Persentase laba boneka Keropi 1 Meter sebesar 25% pada harga jual Rp110.000 menghasilkan target biaya sebesar Rp82.500. Persentase laba boneka Panda XL sebesar 30% pada harga jual Rp90.000 menghasilkan target biaya sebesar Rp63.000.

## 4.4. Pembahasan dan Interpretasi

### 4.4.1 Penerapan Metode *Target costing* dalam Penghematan Biaya

Penerapan *target costing* sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut berguna untuk mengatur seberapa banyak harus mengeluarkan biaya dalam produksi sehingga dapat memaksimalkan keuntungan. Berikut adalah tabel perbandingan biaya menurut perusahaan dengan biaya menurut metode *target costing*, yaitu:

Tabel 4.27 Perbandingan Biaya Produksi CV Se2 Toys Tahun 2020

<b>Produk</b>	<b>Biaya Menurut Perusahaan (Rp)</b>	<b>Biaya Menurut Target costing (Rp)</b>	<b>Selisih Biaya (Rp)</b>	<b>Penghematan Biaya</b>
Beruang 1 Meter	129.914.299	129.802.500	111.799	0,09%
Kuda Poni L	113.154.955	111.816.250	1.338.705	1,18%
Keropi 1 Meter	116.345.941	115.222.500	1.123.441	0,97%
Panda XL	90.188.795	89.040.000	1.148.795	1,27%

(Sumber: Data Primer diolah)

Menurut perbandingan biaya yang terdapat pada tabel diatas terjadi beberapa selisih biaya pada masing-masing produk. Perhitungan biaya menurut perusahaan untuk produk Beruang 1 Meter sebesar Rp129.914.299 dan biaya menurut *target costing* sebesar Rp129.802.500, mengalami selisih biaya sebesar Rp111.799 dengan persentase 0,09%. Perhitungan biaya menurut perusahaan untuk produk Kuda Poni L sebesar Rp113.154.955 dan biaya menurut *target costing* sebesar Rp111.816.250, mengalami selisih biaya sebesar Rp1.338.705 dengan persentase 0,97%. Perhitungan biaya menurut perusahaan untuk produk Keropi 1 Meter sebesar Rp116.345.941 dan biaya menurut *target costing* sebesar Rp115.222.500, mengalami selisih biaya sebesar Rp1.123.441 dengan persentase 1,27%. Perhitungan biaya menurut perusahaan untuk produk Panda XL sebesar Rp90.188.795 dan biaya menurut *target costing* sebesar Rp89.040.000, mengalami selisih biaya sebesar Rp1.148.795 dengan persentase 1,27%.

Tabel 4.28 Perbandingan Biaya Produksi per Unit CV Se2 Toys Tahun 2020

<b>Produk</b>	<b>Biaya Menurut Perusahaan (Rp)</b>	<b>Biaya Menurut Target costing (Rp)</b>	<b>Selisih Biaya (Rp)</b>	<b>Penghematan Biaya</b>
Beruang 1 Meter	101.337	101.250	87	0,09%
Kuda Poni L	23.022	22.750	272	1,18%
Keropi 1 Meter	102.237	101.250	987	0,97%
Panda XL	70.903	70.000	903	1,27%

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya produksi per unit menurut perusahaan pada produk Beruang 1 Meter sebesar Rp101.337, sedangkan biaya menurut *target costing* Rp101.250 memiliki selisih biaya sebesar Rp87 dengan persentase 0,09%. Biaya

produksi per unit menurut perusahaan pada produk Kuda Poni L sebesar Rp23.022, sedangkan biaya menurut *target costing* Rp22.750 memiliki selisih biaya sebesar Rp272 dengan persentase 1,18%. Biaya produksi per unit menurut perusahaan pada produk Keropi 1 Meter sebesar Rp102.237, sedangkan biaya menurut *target costing* Rp101.250 memiliki selisih biaya sebesar Rp987 dengan persentase 0,97%. Biaya produksi per unit menurut perusahaan pada produk Panda XL sebesar Rp70.903, sedangkan biaya menurut *target costing* Rp70.000 memiliki selisih biaya sebesar Rp903 dengan persentase 1,27%.

#### 4.4.2 Perbedaan Biaya Produksi menurut Perusahaan dan *Target costing*

Dalam menerapkan metode *target costing* terdapat perbedaan dengan penerapan yang dilakukan oleh perusahaan sebelumnya. Tabel disajikan dibawah ini:

Tabel 4.29 Perbandingan dalam Efisiensi Biaya Produksi Beruang 1 Meter Menurut Perusahaan dan Menurut *Target costing*

Keterangan	Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Biaya Menurut <i>Target costing</i> (Rp)	Selisih (Rp)
Rasfur	46.154	41.209	4.945
TC	5.495	4.396	1.099
Dakron	38.000	30.000	8.000
Mata 28/30mm	1.200	1.000	200
Benang Jahit 40/3	14	11	3
Pita Organdi 20Y (1 Inc)	549	302	247
Benang Wol	50	42	8
Telapak Kaki dan Aksesoris Bordir	3.500	3.500	0
Hidung	600	500	100
Benang <i>Finishing</i>	2	2	0
<b>Total BBB</b>	<b>95.563</b>	<b>80.961</b>	<b>14.603</b>
<b>Total TKL</b>	<b>5.132</b>	<b>5.132</b>	<b>0</b>
<b>Total BOP</b>	<b>642</b>	<b>391</b>	<b>250</b>
<b>Total Biaya Keseluruhan</b>	<b>101.337</b>	<b>86.484</b>	<b>14.853</b>
<b>Harga</b>	<b>135.000</b>	<b>119.000</b>	<b>16.000</b>
<b>Target Biaya</b>	<b>75,06%</b>	<b>72,68%</b>	

(Sumber: Data Primer diolah)

Dalam melakukan efisiensi biaya, peneliti melakukan opsi untuk menurunkan biaya produksi. Pada produk Beruang 1 Meter memiliki selisih biaya sebesar Rp14.853.

Target biaya yang didapatkan pada perhitungan perusahaan sebesar 75,06% sedangkan pada *Target costing* sebesar 72,68%. Hal ini dapat dijadikan pertimbangan oleh manajemen CV Se2 Toys dalam mengurangi anggaran biaya agar harga jual dan biaya dapat sesuai dengan target yang diinginkan yaitu 75%.

Tabel 4.30 Perbandingan dalam Efisiensi Biaya Produksi Kuda Poni L Menurut Perusahaan dan Menurut *Target costing*

Keterangan	Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Biaya Menurut <i>Target costing</i> (Rp)	Selisih (Rp)
Velboa	7.143	6.044	549
Dakron	7.600	6.000	1.600
Mata Bordir	2.500	1.000	800
Benang Jahit 40/3	5	4	1
Benang <i>Finishing</i>	0	0	0
<b>Total BBB</b>	<b>17.249</b>	<b>13.049</b>	2.951
<b>Total TKL</b>	<b>5.132</b>	<b>5.132</b>	<b>0</b>
<b>Total BOP</b>	<b>642</b>	<b>391</b>	<b>250</b>
<b>Total Biaya Keseluruhan</b>	<b>23.022</b>	<b>18.572</b>	<b>4.451</b>
<b>Harga</b>	<b>35.000</b>	<b>29.000</b>	<b>6.000</b>
<b>Target Biaya</b>	<b>65,78%</b>	<b>64,04%</b>	

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada produk Kuda Poni L memiliki selisih biaya sebesar Rp4.451. Target biaya yang didapatkan pada perhitungan perusahaan sebesar 65,78% sedangkan pada *Target costing* sebesar 64,04%. Hal ini dapat dijadikan pertimbangan oleh manajemen CV Se2 Toys dalam mengurangi anggaran biaya agar harga jual dan biaya dapat sesuai dengan target yang diinginkan yaitu 65%.

Tabel 4.31 Perbandingan dalam Efisiensi Biaya Produksi Keropi 1 Meter Menurut Perusahaan dan Menurut *Target costing*

Keterangan	Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Biaya Menurut <i>Target costing</i> (Rp)	Selisih (Rp)
Rasfur	46.154	41.209	4.945
TC	5.495	4.396	1.099
Dakron	38.000	30.000	8.000
Mata 28/30mm	1.200	1.000	200

Keterangan	Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Biaya Menurut <i>Target costing</i> (Rp)	Selisih (Rp)
Benang Jahit 40/3	14	11	3
Pita Organdi 20Y(1 Inc)	549	302	247
Benang Wol	50	42	8
Benang <i>Finishing</i>	2	2	0
<b>Total BBB</b>	<b>91.463</b>	<b>76.961</b>	<b>14.503</b>
<b>Total TKL</b>	<b>5.132</b>	<b>5.132</b>	<b>0</b>
<b>Total BOP</b>	<b>642</b>	<b>391</b>	<b>250</b>
<b>Total Biaya Keseluruhan</b>	<b>97.237</b>	<b>82.484</b>	<b>14.753</b>
<b>Harga</b>	<b>135.000</b>	<b>110.000</b>	<b>25.000</b>
<b>Target Biaya</b>	<b>72,03%</b>	<b>74,99%</b>	

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada produk Keropi 1 Meter memiliki selisih biaya sebesar Rp14.753. Target biaya yang didapatkan pada perhitungan perusahaan sebesar 72,03% sedangkan pada *Target costing* sebesar 74,99%. Hal ini dapat dijadikan pertimbangan oleh manajemen CV Se2 Toys dalam mengurangi anggaran biaya agar harga jual dan biaya dapat sesuai dengan target yang diinginkan yaitu 75%.

Tabel 4.32 Perbandingan dalam Efisiensi Biaya Produksi Panda XL Menurut Perusahaan dan Menurut *Target costing*

Keterangan	Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Biaya Menurut <i>Target costing</i> (Rp)	Selisih (Rp)
Rasfur	36.923	32.967	3.956
TC	4.396	3.516	879
Dakron	19.000	15.000	4.000
Mata 19/24mm	1.000	800	200
Benang Jahit 40/3	10	8	2
Pita Organdi 20Y(1 Inc)	275	151	124
Benang Wol	25	21	4
Telapak Kaki dan Aksesoris Bordir	3.500	3.500	-
Benang <i>Finishing</i>	1	1	0
<b>Total BBB</b>	<b>65.129</b>	<b>55.964</b>	<b>9.165</b>

Keterangan	Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Biaya Menurut <i>Target costing</i> (Rp)	Selisih (Rp)
<b>Total TKL</b>	<b>5.132</b>	<b>5.132</b>	<b>0</b>
<b>Total BOP</b>	<b>642</b>	<b>391</b>	<b>250</b>
<b>Total biaya Keseluruhan</b>	<b>70.903</b>	<b>61.487</b>	<b>9.416</b>
<b>Harga</b>	<b>100.000</b>	<b>90.000</b>	<b>10.000</b>
<b>Target Biaya</b>	<b>70,90%</b>	<b>68,32%</b>	

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada produk Panda XL memiliki selisih biaya sebesar Rp9.416. Target biaya yang didapatkan pada perhitungan perusahaan sebesar 70,90% sedangkan pada *Target costing* sebesar 68,32%. Hal ini dapat dijadikan pertimbangan oleh manajemen CV Se2 Toys dalam mengurangi anggaran biaya agar harga jual dan biaya dapat sesuai dengan target yang diinginkan yaitu 70%.

#### 4.4.3 Metode *Target costing* dalam Pengurangan Biaya Menggunakan Rekayasa Nilai

Dalam mengurangi harga jual biaya produksi yang dijalani perusahaan harus memiliki opsi dimana biaya tersebut lebih rendah dari yang diterapkan oleh perusahaan salah satunya cara adalah melakukan rekayasa nilai, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.33 Metode *Target costing* Setelah Rekayasa Nilai CV Se2 Toys

Keterangan	Beruang 1 Meter	Kuda Poni L	Keropi 1 Meter	Panda XL
Harga Jual (Rp)	119.000	29.000	110.000	90.000
Unit Produksi	1.282	4.915	1.138	1.272
Biaya (Rp)	86.484	18.572	85.984	61.487
Persentase Biaya	72,68%	64,04%	78,17%	68,32%
<b>Total Biaya (Rp)</b>	<b>110.872.544</b>	<b>91.280.531</b>	<b>97.849.841</b>	<b>78.212.095</b>
Laba (Rp)	32.516	10.428	24.016	28.513
Persentase Laba	27,32%	35,96%	21,83%	31,68%
<b>Total Laba (Rp)</b>	<b>41.685.456</b>	<b>51.254.469</b>	<b>27.330.159</b>	<b>36.267.905</b>

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa setelah melakukan rekayasa nilai produk Beruang 1 Meter dengan harga jual Rp119.000 memiliki biaya sebesar Rp86.484 atau rasio 72,68% dengan total biaya Rp110.872.544, dan memiliki laba sebesar Rp32.516 atau rasio 27,32% dengan total laba keseluruhan Rp41.685.456. Pada produk Kuda Poni L dengan harga jual Rp29.000 memiliki biaya sebesar Rp18.572 atau rasio biaya sebesar

64,04% dengan total biaya Rp91.280.531, dan memiliki laba sebesar Rp10.428 atau rasio laba 35,96% dengan total laba keseluruhan Rp51.254.469. Rekayasa nilai produk Keropi 1 Meter dengan harga jual Rp110.000 memiliki biaya sebesar Rp85.984 atau rasio biaya sebesar 78,17% dengan total biaya Rp97.849.841, dan memiliki laba sebesar Rp24.016 atau rasio laba sebesar Rp21,83% dengan total laba keseluruhan Rp27.330.159. Rekayasa nilai pada produk Panda XL dengan harga jual Rp90.000 memiliki biaya sebesar Rp61.487 atau rasio biaya sebesar 68,32% dengan total biaya Rp78.212.095, dan memiliki laba sebesar Rp28.513 atau memiliki rasio laba 31,68% dengan total laba keseluruhan Rp36.267.905.

Tabel 4.34 Perbandingan Target Biaya per Unit Produk Menurut Perusahaan dan *Target costing* Setelah Rekayasa Nilai

Produk	Biaya Menurut Perusahaan (Rp)	Biaya Menurut <i>Target costing</i> (Rp)	Selisih Biaya (Rp)	Persentase
Boneka Beruang 1 Meter	101.337	86.484	14.853	14,66%
Kuda Poni L	23.022	18.572	4.451	19,33%
Keropi 1 Meter	97.237	85.984	16.253	15,90%
Panda XL	70.903	61.487	9.416	13,28%

(Sumber: Data Primer diolah)

Dalam melakukan rekayasa nilai pada produk Beruang 1 Meter memiliki selisih biaya yaitu sebesar Rp14.853. Hal ini memiliki selisih efisiensi biaya sebesar 14,66%. Pengurangan biaya pada produk Kuda Poni L memiliki selisih biaya sebesar Rp4.451. Dengan demikian, selisih efisiensi biaya sebesar 19,33%. Pengurangan biaya pada produk Keropi 1 Meter memiliki selisih biaya sebesar Rp16.253. Dengan demikian, selisih efisiensi biaya sebesar 15,90%. Pengurangan biaya pada produk Panda XL sebesar Rp9.416. Dengan demikian, selisih efisiensi biaya sebesar 13,28%.

Dari hasil penelitian penerapan *target costing* merupakan penerapan yang tepat dilakukan untuk menurunkan atau mengelola biaya produksi pada CV Se2 Toys. Keberhasilan dalam penerapan *target costing* ini mengupayakan penurunan biaya pada CV Se2 Toys. Dalam analisis ini sangat menentukan berapa besar biaya yang ditentukan dalam sebuah produk dengan menekankan pemborosan-pemborosan pada saat membeli bahan baku, pemakaian biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

Pada hasil penelitian ini juga dapat memberikan dampak positif dalam kenaikan laba yang efektif bagi CV Se2 Toys. *Target costing* menjadi suatu alternatif dalam kesuksesan perusahaan, dimana hal ini dapat menunjukkan cara yang dapat digunakan untuk perusahaan dalam mengelola biaya produksi dan menjadi sumber dalam memaksimalkan laba pada perusahaan. Semua keputusan adalah hak yang dapat diambil oleh pihak

manajemen perusahaan dalam menerapkan metode yang digunakan agar mendapatkan keuntungan yang maksimal.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Setelah penulis melakukan penelitian mengenai Implementasi *Target Costing* dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba Studi Kasus CV Se2 Toys, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pada penelitian ini menghasilkan pengurangan biaya pada produk Beruang 1 Meter memiliki selisih biaya sebesar Rp111.799 dengan persentase 0,09%. Produk Kuda Poni L memiliki selisih biaya sebesar Rp1.338.705 dengan persentase 0,97%. Produk Keropi 1 Meter memiliki selisih biaya sebesar Rp1.123.441 dengan persentase 1,27%. Produk Panda XL memiliki selisih biaya sebesar Rp1.148.795 dengan persentase 1,27%.
2. Dalam penerapan *target costing* terdapat perbedaan dengan biaya yang diterapkan oleh perusahaan dan *target costing*. Pada boneka Beruang 1 Meter memiliki selisih Rp14.853. Pada boneka Kuda Poni L memiliki selisih Rp4.451. Pada boneka Keropi 1 Meter memiliki selisih Rp14.753. Pada boneka Panda XL memiliki selisih Rp9.416.
3. Penerapan *target costing* menjadi metode yang tepat dan efisien dalam pengurangan biaya produksi dan optimalisasi laba. Hal ini dikarenakan setelah dilakukan rekayasa nilai produk Beruang 1 Meter dengan harga jual Rp119.000 memiliki rasio biaya 72,68%, dan rasio laba 27,32%. Pada produk Kuda Poni L dengan harga jual Rp29.000 memiliki rasio biaya sebesar 64,04% , rasio laba 35,96%. Rekayasa nilai produk Keropi 1 Meter dengan harga jual Rp110.000 rasio biaya sebesar 78,17%, dan rasio laba sebesar Rp21,83%. Rekayasa nilai pada produk Panda XL dengan harga jual Rp90.000 memiliki atau rasio biaya sebesar 68,32%, dan rasio laba 31,68%. Hasil penelitian penerapan *target costing* merupakan penerapan yang tepat dilakukan untuk menurunkan atau mengelola biaya produksi pada CV Se2 Toys. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan *target costing* sangat efektif digunakan dalam mengelola biaya produksi untuk mengoptimalkan laba yang sesuai.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Implementasi *Target costing* dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba Studi Kasus CV Se2 Toys, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- a. Saran untuk Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi akuntansi dan dapat menjadikan sebagai masukan dan perbandingan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian dalam menerapkan metode *target costing*. Sehingga penelitian selanjutnya dapat memberikan hasil yang lebih baik.

b. Saran Untuk Kegunaan Praktis

1. CV Se2 Toys hendaknya lebih efisien dalam melakukan pengelolaan biaya produksi dalam menentukan harga jual dan laba yang diharapkan. Dengan dilakukannya penerapan *target costing* kemampuan dalam menghasilkan laba lebih efektif. CV Se2 Toys juga dapat mulai menerapkan *target costing* dalam mengelola biaya produksinya. Karena dengan *target costing* perusahaan dapat mengetahui besaran biaya yang harus dikeluarkan dalam proses produksi sehingga dalam menerapkan harga jual tidak terlalu mahal. Terdapat penerapan rekayasa nilai didalam metode *target costing* untuk dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menentukan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.
2. Pihak manajemen harus lebih memilih dalam pendistribusian bahan baku menjadi lebih menguntungkan sehingga dalam menetapkan biaya-biaya masih sesuai dengan target yang dianggarkan. Opsi ini ditujukan agar penetapan dalam pengelolaan produksi lebih murah tetapi dalam menerapkan opsi ini manajemen perusahaan harus melihat pangsa pasar yang dituju, dikarenakan dalam opsi ini terdapat kualitas produk yang menurun sehingga harus disesuaikan dengan menetapkan pangsa pasar seperti pangsa pasar bawah dan menengah. Pada biaya *overhead* pabrik manajemen perusahaan juga harus meminimalisir pemakaian mesin jahit yang dipakai untuk aktivitas diluar produksi. Sehingga, dalam menerapkan opsi rekayasa nilai biaya yang dikeluarkan dapat dikelola dengan baik.
3. CV Se2 Toys sebaiknya juga memperhatikan aspek-aspek seperti kepuasan dari pelanggan. Pelanggan memegang peranan yang sangat penting dalam meningkatkan keuntungan perusahaan. Jika pelanggan merasa puas hal ini dapat mendorong peningkatan penjualan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

Anugerah, E. G. (2015) *Penerapan Target costing Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Produsen Tape Sumber Madu*. Universitas Jember.

Anugerah, E. G., Wahyuni, N. I. and Mas'ud, I. (2017) 'Penerapan *Target costing* Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba', *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), p. 19.

Ardiyansyah, B. (2019) 'Penerapan *Target costing* Sebagai Sistem Penetapan Harga Jual dan Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi pada Kedai D'hook Tahun 2017'.

Dewi, S. P. and Kristanto, S. B. (2015) *Akuntansi Biaya Edisi 2*. 2nd edn. Bogor: IN MEDIA.

Dunia, F. A., Abdullah, W. and Sasongko, C. (2018) *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.

Estiasih, S. P. (2015) *Buku Ajar Akuntansi Manajemen*. Surabaya: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat.

Farid, M. and Salman, K. R. (2016) *Akuntansi Manajemen: Alat Pengukuran dan Pengambilan Keputusan Manajerial*. Jakarta: PT indeks.

Hariyani, D. S. (2018) *Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi*, Aditya Media Publishing.

Indriani, C., Taufiq, A. B. and Rahmi, A. (2019) 'Analisis Penerapan *Target costing* dalam Perencanaan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba pada UKM Hidup Baru Steel Tahun 2017', *Jurnal Online Mahasiswa Universitas Pakuan*, (1), pp. 1–14.

Iryanie, E. and Handayani, M. (2019) *Akuntansi Biaya*.

Kusumadewi, F. (2017) *Analisis Pendekatan Target costing sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Produksi*, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Londong, F. M. (2016) 'Penerapan *Target costing* Dalam Perencanaan Biaya Produksi Pada CV. Sinar Mandiri', *Jurnal EMBA*, 4(1), pp. 1409–1418.

Mulyadi (2015) *Akuntansi Biaya Edisi ke-5*. 5th edn. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Mulyati, S. *et al.* (2017) *Akuntansi Biaya, CV. Sefa Bumi Persada*.

Oktaviantri, A. M. (2019) *Analisis Target costing Sebagai Upaya Peningkatan Laba Usaha Untuk Produksi Gethuk Pisang (Studi Pada Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu Kediri)*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pioh, F. T. C., Manossoh, H. and Tirayoh, V. Z. (2019) ‘Analisis Penerapan *Target costing* Sebagai Alat Bantu Untuk Meminimalkan Biaya Produksi Dalam Rangka Mengoptimalkan Perolehan Laba Pada UD. Acong Bakery’, *Jurnal EMBA*, 7(3), pp. 3149–3158.

Putri, L. A., Taufiq, A. B. and Kohar, A. (2020) ‘Penerapan Activity Based Costing Untuk Menentukan Harga Pokok Produksi’, 148, pp. 148–162.

Rianti, F. S. (2018) *Analisis Penerapan Metode Target costing Dalam Menetapkan Harga Jual Untuk Mengoptimalkan Laba Di UD. Sugih Jati*.

Sodikin, S. . (2015) *Akuntansi Manajemen: Sebuah Pengantar*. Edisi Keli. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumakul, A. M., Manossoh, H. and Mawikere, L. M. (2018) ‘Analisis Penerapan *Target costing* Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada CV. Verel Tri Putra Mandiri’, *Jurnal Riset Akuntansi Going Concert*, 13(4), pp. 496–502.

Wuysang, C. C. and J.Pusung, R. (2019) ‘Penerapan *Target costing* Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada UD. JJ Bakery *Target costing*’, *Jurnal EMBA*, 7(3), pp. 3548–3557.

[www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id) (Diakses pada 7 November 2021)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maya Puspita Sari

Alamat : Lingkungan 03 Citatah Rt06/08 Ciriung, Cibinong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, 16918.

Tempat Tanggal Lahir : Bogor, 26 Maret 1999

Agama : Islam

Pendidikan

- SD : SDN CITATAH JAYA
- SMP : SMP PGRI 1 CIBINONG
- SMA : SMA PLUS PGRI CIBINONG

Bogor, Januari 2022

Peneliti,

(Maya Puspita Sari)

# LAMPIRAN

Lampiran 1



## Lampiran 2

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Een Suharti  
Jabatan : Pemilik Perusahaan  
Perusahaan : CV Se2 Toys  
Alamat : Jl. Tapos RT04/03, Kelurahan Cimpaenun, Kecamatan Cimanggis, Kota Depok.

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Maya Puspita Sari  
NPM : 022117112  
Fak./Jur. : Ekonomi / Akuntansi  
Universitas : Universitas Pakuan Bogor

Menyatakan benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul "*Implementasi Target Costing Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba (Studi Kasus CV Se2 Toys)*". Dari pihak perusahaan telah menyatakan kesanggupan untuk menerima dilakukannya riset/observasi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Depok, November 2020

Yang menyatakan



(Een Suharti)