

# ANALISIS PENDEKATAN TARGET COSTING SEBAGAI ALAT PENILAIAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PERUSAHAAN

Niko Candra Adi Putra<sup>1</sup>, Buntoro Heri Prasetya<sup>2</sup>, Dessy Herlisnawati<sup>3</sup>, Ading Fadhil<sup>4</sup>

Universitas Pakuan, Bogor  
e-mail: [nikocandra1234@gmail.com](mailto:nikocandra1234@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendekatan metode *target costing* agar dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi serta dapat memperoleh laba yang diharapkan oleh UMKM Warunk Si Adul. Metode ini dinilai sangat baik untuk perusahaan terutama pada UMKM agar perusahaan dapat mengelola biaya produksi dengan baik. Penerapan metode *target costing* diharapkan dapat dijadikan sebagai alat untuk mengefisienkan biaya produksi penjualan produk dari UMKM Warunk Si Adul. Jenis data yang diteliti adalah data kualitatif dan kuantitatif (non statistik) yang merupakan data primer dan sekunder. Data kualitatif adalah data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara atau berupa uraian mengenai variabel yang diteliti, sedangkan data kuantitatif adalah mengenai jumlah, tingkatan, perbandingan, volume, yang berupa angka-angka. Metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah studi kasus. Berdasarkan hasil analisis mengenai penerapan metode target costing, yang menunjukkan bahwa penerapan target costing pada UMKM Warunk Si Adul jauh lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh UMKM selama ini, dengan menerapkan metode target costing maka UMKM Warunk Si Adul dapat memperoleh penghematan biaya untuk menu coffee latte dan menu kopi susu gula aren.

Kata kunci: Target Costing, Efisiensi Biaya Produksi

---

## Abstract

*This study aims to analyze the target costing method approach in order to increase the efficiency of production costs and to obtain the profit expected by UMKM Warunk Si Adul. This method is considered very good for companies, especially SMEs so that companies can manage production costs well. It is hoped that the application of the target costing method can be used as a tool to streamline the production costs of selling products from UMKM Warunk Si Adul. The types of data studied are qualitative and quantitative (non-statistical) data which are primary and secondary data. Qualitative data is data obtained from observations, interviews or in the form of descriptions of the variables studied, while quantitative data is regarding amounts, levels, comparisons, volumes, in the form of numbers. The research method used by researchers is a case study. Based on the results of an analysis of the application of the target costing method, which shows that the application of target costing to Warunk Si Adul SMEs is far more efficient when compared to what has been done by SMEs so far, by applying the target costing method, Warunk Si Adul SMEs can get cost savings for the coffee latte menu and the palm sugar coffee menu.*

*Keywords: Target Costing, Production Cost Efficiency*

## Pendahuluan

Agar dapat bersaing dalam pasaran, perusahaan harus dapat menciptakan suatu produk yang harganya lebih rendah atau paling tidak sama dengan harga yang

ditawarkan para pesaingnya. Industri kecil atau usaha mikro kecil dan menengah perlu memperhatikan mengenai penentuan biaya produksi dan harga jualnya selain karena adanya persaingan yang semakin kompetitif, juga guna menghasilkan margin keuntungan yang

memadai tanpa mengorbankan kualitas dan nilai yang akan diterima kepada pelanggan. Industri kecil tidak selalu memiliki kemampuan untuk menentukan biaya produksi dan harga jual produk seperti yang dikehendaki. Seringkali terdapat sejumlah pesaing yang menjual produk yang sama dengan harga tertentu, sehingga dalam menentukan harga jual produk industri harus menyesuaikan dengan harga pesaing. Menurut Rudianto (2013) "Harga jual yang terlalu tinggi akan membuat masyarakat tidak membeli atau mengurangi jumlah pembelian produk, sehingga perusahaan tidak akan memperoleh laba yang cukup dan sebaliknya, harga jual yang terlalu rendah akan membuat perusahaan tidak mampu mencapai laba usaha yang diinginkan".

Harga jual kerap kali ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar (market price) digunakan untuk menentukan target biaya yang diselaraskan dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan dalam produksi, yang dikenal dengan masalah target costing. Rudianto (2013) menyatakan bahwa "Target biaya atau target costing adalah metode penentuan biaya produksi yaitu perusahaan terlebih dulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan".

Harga pokok produk serta harga jual yang ditetapkan oleh suatu perusahaan diharapkan mampu bersaing di pasaran. Penentuan harga jual yang dapat bersaing bukan merupakan hal yang mudah untuk dilakukan. Harga jual yang terlalu tinggi dapat berakibat kalahnya perusahaan dalam persaingan, sedangkan harga jual yang terlalu rendah dapat mengakibatkan tidak tercapainya tujuan perusahaan yaitu untuk memperoleh laba pada tingkat yang diinginkan. Terlebih lagi kondisi persaingan usaha di Indonesia yang ketat membuat banyak perusahaan yang tidak dapat bersaing harus mengakhiri operasinya. Cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar dapat terus bersaing adalah dengan berusaha

menemukan harga produk, agar harga jual yang ditetapkan tidak terlalu tinggi sehingga bisa menarik minat pelanggan dan bisa mendapatkan laba yang diinginkan. Aktivitas dan biaya produksi yang dijalankan perusahaan juga harus seefisien mungkin.

UMKM Warunk Si Adul yang berlokasi di Jl. Raya Jakarta-Bogor No.4, Kp. Parung Jambu, Cimandala, Kec. Sukaraja, Kabupaten Bogor merupakan usaha yang bergerak pada penjualan produk minuman kopi, salah satu produk yang paling banyak terjual adalah kopi susu gula aren. Namun ada beberapa menu lain yang dijual seperti espresso, macchiato, coffee latte, kopi susu gula aren, cappuccino, mochaccino, americano, lemon tea dan juga lychee tea. Selain minuman kopi dan teh, Warunk Si Adul juga menyediakan beberapa menu makanan, yaitu kentang goreng, nasi goreng, mie instan, roti bakar dan juga pisang bakar. Dengan tingginya jumlah penduduk Kabupaten Bogor, maka peluang Usaha Mikro Kecil dan Menengah sangat terbuka lebar dalam kelangsungan usahanya. Mengingat begitu pentingnya masalah target costing, maka hal ini perlu diperhatikan oleh UMKM Warunk Si Adul, ketika dalam menjalankan kegiatan produksi serta penjualan, maka UMKM perlu menerapkan target costing dalam produksinya. Tujuan yang ingin dicapai oleh UMKM ini dengan menerapkan target costing adalah untuk menentukan harga pokok produk sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan oleh UMKM yaitu sebesar 30%. Hal ini sangat baik untuk diterapkan oleh UMKM agar dapat mengelola biaya dengan baik, dan untuk mencapai tujuan perencanaan dengan membentuk sebuah tim untuk pengembangan produk yang bertanggungjawab merancang produk yang dapat dibuat dengan biaya yang tidak lebih besar dari target biaya yang telah dihitung oleh UMKM, sehingga dengan menggunakan pendekatan target

costing, maka diharapkan dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi biaya produksi pada UMKM Warunk Si Adul. Berdasarkan informasi dari pemilik usaha, total produksi pada tahun 2019-2020 sebagai berikut:

**Tabel 1 Data Biaya Produksi *Coffee Latte* Periode Tahun 2019-2020**

Tahun	<i>Coffee Latte</i> (Cup)	Kopi Susu Gula Aren (Cup)
2019	3.164	3.406
2020	2.682	3.158

Sumber : *UMKM Warunk Si Adul*

Dari tabel diatas, terlihat bahwa pada tahun 2020 total penjualan yang didapat oleh Warunk Si Adul mengalami penurunan penjualan, hal ini menyebabkan laba yang dihasilkan pun berkurang. Kemampuan usaha dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila usaha tersebut tidak mampu menjual maka usaha tersebut akan mengalami kerugian. Menurut Kotler dalam Putra, dkk (2016), menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain: harga jual, produk (barang atau jasa) yang ditawarkan, promosi yang dirancang, saluran distribusi dan mutu.

Usaha tersebut mengalami kendala pada tahun 2020 ditandai dengan penurunan penjualan dan omset, biasanya penjualan dari menu coffee latte dan kopi susu gula aren yang didapat UMKM Warunk Si Adul tidak kurang dari Rp. 60.000.000 dalam periode satu tahun, tetapi di tahun 2020 omset dari UMKM Warunk Si Adul mengalami penurunan hingga menyentuh angka Rp 50.000.000 dalam periode satu tahun yang diakibatkan adanya pandemi covid-19 yang membuat berkurangnya jumlah pesanan yang diterima, kemudian sulitnya pangsa pasar tersebut disebabkan akibat banyaknya pesaing usaha di bidang yang sama. UMKM

Warunk Si Adul mengalami masalah dalam mengefisiensi biaya produksi, sehingga pemaksimalan laba pada penjualan produk kurang maksimal. Keuntungan yang diharapkan dari penjualan per unit produk adalah 30% dari harga jualnya, dengan semakin banyaknya pesaing usaha dibidang yang sama semakin memperjelas kenyataan akan laba yang didapat oleh UMKM Warunk Si Adul dari penjualan per unit produk masih belum stabil untuk menjangkau 30% dari harga jual produk tersebut.

Untuk menilai efisiensi biaya produksi, secara langsung akan meliputi tiga komponen biaya produksi, yaitu efisiensi biaya bahan baku, efisiensi biaya tenaga kerja langsung dan efisiensi biaya overhead pabrik. Untuk mengetahui efisiensi atau tidaknya produksi dilakukan dengan cara menghitung selisih antara anggaran dan realisasinya. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (Mulyadi, 2015). Sedangkan menurut Harnanto (2017) mendefinisikan bahwa, "Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dianggap melekat pada produk, meliputi biaya baik langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi". Mempergunakan biaya dengan efisien terutama biaya produksi merupakan suatu keharusan apabila suatu industri menginginkan tujuannya dalam mencapai keuntungan yang optimal. Penelitian yang dilakukan oleh Arizal (2018), Fransiska (2017), dan Siti (2018). Menunjukkan bahwa penerapan metode target costing lebih efisien dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini.

Pada kasus ini, peneliti akan menerapkan metode target costing agar dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi serta dapat memperoleh laba

yang diharapkan oleh UMKM Warunk Si Adul yaitu sebesar 30%. Metode ini dinilai sangat baik untuk perusahaan terutama pada UMKM agar perusahaan dapat mengelola biaya produksi dengan baik. Penerapan metode target costing diharapkan dapat dijadikan sebagai alat untuk mengefisienkan biaya produksi penjualan produk dari UMKM Warunk Si Adul.

### **Kajian Litelatur**

#### **Biaya**

Graciella Menurut Supriyono (2013:16) "Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (revenues) dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan". Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2015:42), biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa yang akan datang bagi organisasi.

Mulyadi (2015:8) mengatakan bahwa biaya merupakan objek yang diproses oleh akuntansi biaya. Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2013:7) "Biaya atau cost adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya, dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca.

Sedangkan biaya menurut Siregar dkk (2014:23) yaitu "biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat sekarang atau masa yang akan datang". Menurut Dunia dan Abdullah (2012:22) "biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi". Menurut Widilestariningtyas (2012:2),

biaya sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat. Adapun Witjaksono (2013:3) berpendapat bahwa biaya atau cost dapat dikaitkan atau dihubungkan dengan manfaat sesuai prinsip (matching) atau dapat saling ditandingkan antara pengorbanan dengan manfaat. Cost diukur dengan satuan mata uang, sebesar pengurangan aset dan atau penambahan utang.

#### **Klasifikasi Biaya**

Menurut Mulyadi (2015:11) biaya dapat digolongkan menurut obyek pengeluaran, fungsi pokok dalam perusahaan, hubungan biaya dengan suatu yang dibiayai, perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, dan jangka waktu manfaatnya. Berdasarkan pengelompokan biaya diatas, maka dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Biaya menurut objek pengeluaran  
Pada penggolongan biaya ini pengklasifikasian biaya didasarkan atas nama objek pengeluaran. Contohnya: nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar. Contoh lain dari penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran yaitu : biaya asuransi, biaya depresiasi mesin, biaya bunga dan lain-lain.
2. Biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan, terbagi tiga yaitu:
  - a. Biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengelola bahan baku menjadi produksi yang siap dijual di pasaran. Biaya produksi ini meliputi biaya depresiasi dan equipment, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan penolong dan lain-lain. Menurut objek pengeluarannya, biaya produksi dibagi menjadi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik.
  - b. Biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.

Contohnya biaya ini adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya karyawan, bagian pembungkusan, biaya bahan untuk membungkus, biaya angkut dari gudang perusahaan ke gudang pembeli dan gaji karyawan kegiatan pemasaran.

Biaya administrasi dan umum adalah biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dengan pemasaran produk. Contohnya yaitu gaji karyawan bagian akuntansi keuangan. Biaya gaji bagian personalia dan lain-lain.

3. Biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai dibagi menjadi dua yaitu :
  - a. Biaya langsung (Direct cost) merupakan biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayai dan mudah untuk diidentifikasi. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
  - b. Biaya tidak langsung (Indirect cost) merupakan biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya ini dalam hubungannya dengan produk disebut biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik, biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu.
4. Biaya menurut perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, terbagi menjadi empat yaitu :
  - a. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah total berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung.
  - b. Biaya semi variabel adalah biaya yang berubah baik sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya ini mengandung unsure biaya tetap dan biaya variabel.
  - c. Biaya semi fixed adalah biaya yang

tetap untuk tingkat volume tertentu. Contohnya biaya gaji direktur produksi.

5. Biaya menurut jangka waktu manfaatnya, terbagi dua yaitu :
  - a. Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi yang dicatat sebagai aktiva dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi, didepleksi.
  - b. Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang mempunyai manfaat dalam periode akuntansi pada saat terjadi pengeluaran. Contohnya biaya iklan, biaya telepon, dan lain-lain. Mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi lembaga. Kinerja seseorang merupakan fungsi perkalian antara kemampuan dan motivasi (Rudianto, 2013: 186).

#### **Objek Biaya**

Menurut Menurut Salman (2016: 28), dalam konsep akuntansi biaya baik konsep akuntansi biaya konvensional maupun akuntansi manajemen kontemporer dikenal dengan istilah yang disebut dengan objek biaya (cost object). Contoh objek biaya adalah produk, departemen, pesanan, aktivitas, kontrak, lini produk, divisi, proyek, dan masih banyak contoh lain. Menurut William K. Carter dalam Krista (2013:31) "Suatu objek biaya (cost object), atau tujuan biaya (cost objective), didefinisikan sebagai suatu item atau aktivitas yang biayanya diakumulasi atau diukur." Sedangkan menurut Riwayadi (2014 : 17) Objek biaya (cost object) adalah "segala sesuatu yang akan diukur dan dihitung biayanya."

Objek biaya yang paling umum digunakan oleh perusahaan adalah produk, departemen, dan aktivitas (Dunia, 2018: 23). Baldrick Siregar, Bambang Suropto, Dodi Hapsoro, dkk (2015:25) mengemukakan bahwa "Objek biaya merupakan unsur berupa apapun yang kepadanya biaya diukur dan dibebankan. Objek biaya dapat berupa

produk, pelanggan, departemen, dan aktivitas.”

### **Biaya Produksi**

Biaya produksi adalah biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku (mentah) dan pemasok mengubahnya menjadi produk selesai yang siap dijual (Sodikin, 2015:22). Menurut Sutrisno dalam Gerungan (2013:865) menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Sedangkan menurut Wiratna Surjaweni (2015:11) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Dari beberapa pengertian biaya produksi diatas dapat dijelaskan bahwa biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan dan digunakan untuk mengolah suatu bahan mentah yang diperoleh dari pemasok menjadi barang jadi yang siap dijual.

### **Efisiensi Biaya Produksi**

Menurut Sedarmayanti (2014:22) Efisiensi adalah ukuran tingkat penggunaan sumber daya dalam suatu proses. Semakin hemat atau sedikit penggunaan sumber daya, maka prosesnya dikatakan semakin efisien. Proses yang efisien ditandai dengan perbaikan proses sehingga menjadi lebih murah dan lebih cepat. Secara umum, efisiensi berarti suatu ukuran keberhasilan suatu kegiatan yang diukur berdasarkan besarnya biaya atau sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Bisa dikatakan bahwa semakin sedikit dana atau sumber daya yang digunakan dalam mencapai hasil yang direncanakan maka semakin dapat dikatakan efisien. Efisiensi pada umumnya berkaitan dengan minimnya sumber daya yang dikorbankan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Suatu kegiatan dapat dikatakan efisien apabila ada perbaikan dalam prosesnya, bisa dari lebih cepat atau lebih murah. Efisiensi juga sering dikaitkan dengan kinerja suatu organisasi karena efisiensi mencerminkan perbandingan antara keluaran (output) dengan masukan (input), (Ritaudin, 2015).

Menurut Fauziah (2015:20) untuk mengukur efisiensi biaya produksi adalah menggunakan Anggaran Biaya dan Realisasi Anggaran Biaya.

Tingkat efisiensi biaya produksi diukur dengan membandingkan :

$$\frac{\text{Realisasi Biaya Produksi}}{\text{Anggaran Biaya Produksi}} \times 100\%$$

Keterangan:

Realisasi biaya produksi = biaya produksi yang diharapkan

Anggaran biaya produksi = biaya produksi yang dianggarkan

Efisiensi merupakan suatu hal yang penting yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai laba yang optimal. Konsep efisiensi berkaitan dengan seberapa jauh suatu proses mengomsumsi masukan dibandingkan dengan standar atau sesuatu yang bisa dijadikan pembanding.

### **Harga Pokok Produksi**

Menurut Witjaksono (2013:16), harga pokok adalah sejumlah nilai aktiva (asset), tetapi apabila selama tahun berjalan aktiva tersebut dimanfaatkan untuk membantu memperoleh penghasilan, aktiva tersebut harus dikonversikan ke beban (expense). Harga pokok itu sendiri diartikan sebagai bagian dari harga perolehan atau harga beliyang ditunda pembebanannya atau belum dimanfaatkan dalam rangka merealisasikan pendapatan.

Menurut Hansen dan Mowen (2013) harga pokok produksi terdiri atas bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Harga pokok produksi mencakup semua biaya-biaya yang terlibat dalam proses produksi.

### **Target Costing**

Target costing adalah metode penentuan harga barang atau jasa yang didasarkan pada perkiraan harga maksimum yang dapat dibayar oleh pelanggan (Abna, Wiyono, & Paramita, 2019). Sedangkan menurut Doloksaribu, Lastri, & Simanjuntak (2018) target costing merupakan sistem akuntansi biaya yang secara efektif dapat digunakan oleh manajemen untuk mengelola biaya pada tahap desain dan

pengembangan produk dan diperlukan adanya riset lapangan. Konsep target costing ini membuat perusahaan harus menganalisis apa yang akan dilakukan oleh pesaing, bagaimana produk mereka, dan memperkirakan biaya unit yang diperlukan untuk dapat masuk ke pasar, agar perusahaan mampu memperoleh margin lebih tinggi dari pesaing (Yahya, 2017).

### **Metode Penelitian**

#### **Jenis Penelitian**

Jenis Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan deskriptif eksploratif yaitu jenis penelitian yang menggambarkan keadaan atau status fenomena yang terjadi pada perusahaan. Metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah studi kasus, yaitu peneliti mengamati objek secara langsung dengan menggunakan berbagai sumber data kemudian menarik kesimpulan dari objek yang diteliti pada UMKM Warunk Si Adul.

#### **Objek Penelitian**

Untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis mengadakan riset pada UMKM Warunk Si Adul yang berlokasi di Jl. Raya Jakarta-Bogor No.4, Kp. Parung Jambu, Cimandala, Kec.Sukaraja, Kabupaten Bogor.

#### **Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Jenis data yang diteliti adalah data kualitatif dan kuantitatif (non statistik) yang merupakan data primer dan sekunder. Data kualitatif adalah data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara atau berupa uraian mengenai variabel yang diteliti, sedangkan data kuantitatif adalah mengenai jumlah, tingkatan, perbandingan, volume, yang berupa angka-angka. Dan data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari unit analisis yang diteliti yaitu individu atau orang dalam perusahaan yang diteliti. Dalam penelitian ini data yang diperoleh adalah data atau dokumen yang terkait dalam upaya mengefisiensi biaya produksi pada UMKM Warunk Si Adul.

#### **Metode Pengumpulan Data**

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam upaya

melengkapi data dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Observasi

Penelitian ini dilakukan secara langsung pada tempat penelitian untuk mendapatkan data yang menyangkut kondisi dan posisi perusahaan, struktur organisasi, aktivitas perusahaan dan sejarah perusahaan.

#### 2. Wawancara

Metode ini merupakan bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya langsung dengan pihak perusahaan khususnya di bidang accounting mengenai data keuangan, jenis produk, dan informasi yang erat kaitannya dengan masalah penelitian.

#### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini merupakan cara pengumpulan data dengan melihat catatan atau dokumen yang ada dalam perusahaan berupa anggaran biaya, anggaran penjualan dan laba, laporan biaya produksi dan laporan biaya non produksi serta laporan keuangan khususnya laporan laba atau rugi yang diperlukan dalam penelitian ini.

#### **Metode Analisis Data**

Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah atau dianalisis dengan analisis deskriptif kuantitatif (non statistik). Analisis ini bertujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala, dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis, serta akurat yang kemudian membandingkan antara konsep dasar, teori atau arsip mengenai penerapan metode target costing dan kemudian ditarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Langkah-langkah dalam proses target costing terhadap produksi diantaranya yaitu:

#### 1. Analisis variabel biaya produksi dan non produksi:

Untuk dapat menunjang kelancaran produksi, perlu adanya penggunaan biaya produksi yang dapat meliputi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja

langsung, dan biaya overhead pabrik serta biaya non produksi terdapat dalam perusahaan.

2. Analisis penentuan *target costing* adalah sebagai berikut:

Menurut Garrison et al yang dikutip Sari (2012:107) menyatakan bahwa *target costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dikeluarkan ketika melakukan operasional produksi. *Target costing* dihitung dengan mulai harga jual yang diantisipasi kemudian mengurangi dengan laba yang diinginkan, sebagai berikut:

Target Biaya = Harga Jual – Laba yang diharapkan

- a) Harga pasar yang diantisipasi merupakan harga yang bersedia dibayar oleh pelanggan atau dengan kata lain harga jual yang berlaku di pasar.
  - b) Laba yang diinginkan atau target laba merupakan besarnya tingkat pengembalian atas investasi.
3. Membandingkan hasil perhitungan biaya tradisional yang selama ini digunakan dan biaya target (*target costing*) terhadap laba yang diperoleh oleh perusahaan. Dari hasil perbandingan tersebut maka dapat dilihat metode mana yang menghasilkan biaya lebih rendah sehingga perusahaan dapat mengetahui tingkat efisiensi biaya yang dicapai oleh perusahaan.

### Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan uraian biaya produksi menurut UMKM Warunk Si Adul, maka perhitungan biaya produksi per cup untuk menu *coffee latte* dan kopi susu gula aren tahun 2019 dan 2020 adalah sebagai berikut:

**Tabel 2 Hasil Perhitungan Biaya Produksi Per Cup Tahun 2019 dan 2020**

Biaya Produksi	Besarnya Biaya Produksi/Cup (Rp)			
	Coffee Latte		Kopi Susu Gula Aren	
	2019	2020	2019	2020
Bahan baku	8.494	8.574	6.600	6.640
Tenaga Kerja Langsung	8.767	9.863	8.767	9.863

Overhead Pabrik	2.167	2.161	2.167	2.161
<b>Total</b>	<b>p.19.428</b>	<b>p.20.598</b>	<b>p.17.534</b>	<b>p.18.664</b>

Sumber : Data diolah dari UMKM

Warunk Si Adul

Berdasarkan hasil perhitungan biaya produksi diatas, tahap selanjutnya menghitung margin laba yang diperoleh UMKM Warunk Si Adul dalam penjualan per cup produk. Maka akan disajikan perhitungan margin laba sebagai berikut:

**Tabel 3 Besarnya Margin Laba dalam Penjualan Coffee Latte dan Kopi Susu Gula Aren Menurut UMKM Warunk Si Adul Tahun 2019**

Jenis Produk	Harga Jual Per Cup (Rp)	Biaya/Harga Pokok Per Cup (Rp)	Margin Laba	
			Rp	%
Coffee Latte	25.000	19.428	5.572	22,28
Kopi Susu Gula Aren	22.000	17.534	4.466	20,3

Sumber : Data diolah dari UMKM

Berdasarkan tabel diatas yakni perhitungan margin laba dalam penjualan produk *coffee latte* dan kopi susu gula aren untuk tahun 2019, menunjukkan bahwa margin laba yang dihasilkan tidak mencapai target karena margin laba yang diharapkan sebesar 30% dari harga jual per cup produk, karena keuntungan atau profit yang ideal bagi usaha cafe adalah 30%. Setelah semakin banyaknya usaha cafe di sekitar lokasi UMKM Warunk Si Adul keuntungan yang didapat sulit untuk mencapai target laba yang diharapkan.

Sejalan dengan penelitian Bobby (2017) yang menyatakan bahwa target laba perusahaan pada Cafe Kedai D'Hook sebesar 30% dari harga jual, dengan menetapkan target laba dari menu yang dijual diharapkan menjadi suatu sumber kekuatan baru bagi perusahaan tersebut dalam memaksimalkan perolehan laba dalam jangka panjang.

**Tabel 4 Besarnya Margin Laba dalam Penjualan Coffee Latte dan Kopi Susu Gula Aren Menurut UMKM Warunk Si Adul Tahun 2020**

Jenis Produk	Harga Jual Per Cup (Rp)	Biaya/Harga Pokok Per Cup (Rp)	Margin Laba	
			Rp	%
Coffee Latte	25.000	20.598	4.402	17,6
Kopi Susu Gula Aren	22.000	18.664	3.336	15,16

Sumber : Data diolah dari UMKM

Berdasarkan tabel diatas, perhitungan margin laba dalam penjualan produk coffee latte dan kopi susu gula aren pada tahun 2020 menunjukkan bahwa margin laba yang dihasilkan mengalami depresiasi karena total penjualan pada menu coffee latte dan kopi susu gula aren berkurang.

#### **Penerapan *target costing* dalam pengelolaan biaya produksi pada Warunk Si Adul**

Tahap berikutnya yaitu bagaimana menguraikan proses penerapan metode *target costing* pada UMKM Warunk Si Adul. Menurut Witjaksono (2013), penentuan biaya produksi dengan menggunakan pendekatan metode *target costing* dilakukan dengan empat tahap:

1. Penetapan harga jual
2. Mengatur keuntungan
3. Menghitung *target cost*
4. Desain produk (desain yang digunakan menggunakan rekayasa nilai/*value engineering*)

Berikut adalah langkah-langkah untuk menerapkan metode *target costing* dalam rangka mencapai margin laba yang ditargetkan oleh UMKM Warunk Si Adul:

- 1) Penetapan Harga Jual

Saat ini UMKM Warunk Si Adul memiliki beberapa jenis menu produk yang dipasarkan, namun pada penelitian ini penulis memfokuskan pada dua menu produk minuman yaitu menu *coffee latte* dan kopi susu gula aren, karena menu produk tersebut yang paling tinggi tingkat permintaannya tetapi produk tersebut mengalami kendala dalam pemaksimalan laba. Harga menu produk juga, seperti yang tercantum dalam daftar harga jual

produk berikut:

Menu Produk	Produk
Coffee Latte	Rp.25.000
Kopi Susu Gula Aren	Rp.23.000

**Tabel 5 Jenis dan Harga Produk**

Sumber : Data diolah dari UMKM

Besarnya biaya produksi, mengukur kemampuan daya beli konsumen dan harga jual kompetitor menjadi bahan pertimbangan bagi UMKM Warunk Si Adul dalam menentukan harga jual *coffee latte* dan kopi susu gula aren.

#### 2) Mengatur Keuntungan

Pelaksanaan kegiatan produksi diarahkan untuk dapat meningkatkan laba guna menunjang kelangsungan hidup suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam kegiatan produksi bagi setiap perusahaan diperlukan adanya efisiensi dalam penggunaan biaya produksi, yaitu dengan adanya efisiensi dalam penggunaan biaya produksi maka akan mempengaruhi pencapaian laba yang optimal dalam produksi menu *coffee latte* dan kopi susu gula aren. Sedangkan untuk keuntungan atau laba yang diharapkan UMKM Warunk Si Adul sebesar 30% dari harga jual per cup produk, karena keuntungan atau profit yang ideal bagi usaha cafe adalah 30%. Setelah semakin banyaknya usaha cafe di sekitar lokasi serta adanya pandemi covid 19, keuntungan yang didapat oleh UMKM Warunk Si Adul sulit untuk mencapai target laba yang diharapkan.

#### 3) Menghitung *Target Cost*

Perlu ditambahkan bahwa dari kalkulasi biaya yang dilakukan oleh UMKM Warunk Si Adul ternyata margin laba yang diperoleh tidak sesuai dengan margin laba yang diharapkan yaitu sebesar 30%. Oleh karena itu akan dilakukan perhitungan *target costing* per cup sebagai berikut:

**Tabel 6 Perhitungan *Target Costing* Coffee Latte dan Kopi Susu Gula Aren**

Keterangan	Jumlah (Rp)	
	Coffee Latte	Kopi Susu Gula Aren
Harga Jual	25.000	23.000
Laba yang diharapkan 30% dari penjualan	7.500	6.900
<b>Target Cost</b>	<b>17.500</b>	<b>16.100</b>

Sumber : Hasil olahan data

Menurut Witjaksono (2013) target biaya untuk pembuatan sebuah produk dihitung dengan cara mengurangi harga jual dengan laba yang diharapkan, yaitu:

Formula: Biaya produksi = harga jual – keuntungan yang diinginkan

$$TC_i = P_i - M_i$$

Keterangan:

Tci = Target Cost (target biaya) per unit produksi

Pi = harga jual per unit produk

iMi = laba per unit produk i

a. Untuk menu *Coffee latte*

$$TC_i = Rp.25.000 - (30\% \times Rp.25.000) \\ TC_i = Rp.25.000 - 7.500 \\ TC_i = Rp.17.500$$

b. Untuk menu Kopi susu gula aren

$$TC_i = Rp. 22.000 - (30\% \times Rp. 22.000) \\ TC_i = Rp. 22.000 - 6.900 \\ TC_i = Rp. 16.100$$

4) Rekayasa Nilai (*Value Engineering*)

Untuk memenuhi *target cost* yang sesuai dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan, maka penulis memberikan alternatif atau desain produk yang baru sebagai pertimbangan UMKM dalam mengambil keputusan, alternatif sesuai dengan menggunakan prinsip dari metode *target Costing* yaitu *value engineering*.

Alternatif yang penulis berikan tetap mempertahankan kualitas kopi dan mengganti biaya-biaya bahan baku hingga bahan baku tidak langsung seperti pembelian biji kopi dengan harga yang jauh lebih rendah namun memiliki cita rasa yang tidak jauh berbeda, mengganti beberapa bahan penolong. Kemudian biaya overhead pabrik seperti biaya listrik, bisa ditekan penggunaannya sebesar Rp.200.000 per bulan agar biaya yang dikeluarkan bisa seminimal

mungkin. Kemudian penulis menyarankan kepada perusahaan untuk menetapkan harga jual kopi susu gula aren menjadi Rp.23.000 agar laba yang diharapkan perusahaan dapat terpenuhi.

A. Alternatif Bahan baku

Penulis telah melakukan survei terhadap beberapa bahan baku untuk mengetahui harga bahan baku yang harganya jauh lebih murah namun kualitasnya sama dengan kriteria perusahaan. Berikut dapat disajikan harga alternatif bahan baku:

**Tabel 7 Harga Alternatif Bahan Baku**

No.	Jenis Bahan Baku	Harga (Rp)	Pemakaian/Cup	
			Coffee Latte	Kopi Susu Gula Aren
1.	Java Robusta/Kg	37.000	40 gr	20 gr
2.	Susu Diamond/Liter	16.500	170 ml	120 ml
3.	Gula Aren Semut/Kg	25.000	-	40 gr
4.	Krimer Bubuk B'estea/Kg	27.000	20 gr	15 gr
5.	Gula Pasir Eceran/Kg	10.500	-	10 gr
6.	Mineral Aqua/Galon	18.000	50 ml	40 ml

Sumber : Hasil olahan data

Khusus untuk membuat satu cup *coffee latte* tidak membutuhkan gula aren dan gula pasir. Dengan demikian, besarnya biaya bahan baku alternatif untuk menu *coffee latte* dan kopi susu gula aren tahun 2019 dan 2020 dapat ditentukan:

1. Biaya untuk biji kopi java robusta per cup

*coffee latte* dan kopi susu gula aren:

a. Untuk menu *coffee latte*:

1 Kg = 1.000 gram seharga

Rp.37.000

1.000 : 40 gr = 25 (1 Kg biji kopi diperuntukan 25 cup *coffee latte*)

37.000 : 25 = Rp.1.480

b. Untuk menu kopi susu gula aren:

1.000 : 20 gr = 50 (1 Kg biji kopi diperuntukan 50 cup kopi susu gula aren)

37.000 : 50 = Rp.740

2. Biaya untuk susu full cream merk diamond per cup *coffee latte* dan kopi susu gula aren:
  - a. Untuk menu *coffee latte*:  
 1 Liter = 1.000 ml seharga Rp.16.500  
 $1.000 : 170 \text{ ml} = 6$  (1 Liter susu diperuntukan 6 cup *coffee latte*)  
 $16.500 : 6 = \text{Rp.2.750}$
  - b. Untuk menu kopi susu gula aren:  
 $1.000 : 120 \text{ ml} = 8$  (1 Liter susu diperuntukan 8 cup *coffee latte*)  
 $16.500 : 8 = \text{Rp.2.062}$
3. Biaya untuk gula aren semut per cup *coffee latte* dan kopi susu gula aren:
  - a. Untuk menu *coffee latte* tidak menggunakan gula aren semut
  - b. Untuk menu kopi susu gula aren:  
 1 Kg = 1.000 gram seharga Rp.25.000  
 $1.000 : 40 \text{ gram} = 25$  (1 Kg gula aren semut diperuntukan 25 cup kopi susugula aren)  
 $25.000 : 25 = \text{Rp.1000}$
4. Biaya untuk krimer bubuk merk b'estea per cup *coffee latte* dan kopi susu gula aren:
  - a. Untuk menu *coffee latte*:  
 1 Kg = 1.000 gr seharga Rp.27.000  
 $1.000 : 20 \text{ gr} = 50$  (1 Kg krimer bubuk diperuntukan 50 cup *coffee latte*)  
 $27.000 : 50 = \text{Rp.540}$
  - b. Untuk menu kopi susu gula aren:  
 $1.000 : 15 \text{ gr} = 66$  (1 Kg krimer bubuk diperuntukan 66 cup kopi susu gula aren)  
 $27.000 : 66 = \text{Rp.409}$
5. Biaya untuk gula pasir eceran per cup *coffee latte* dan kopi susu gula aren:
  - a. Untuk menu *coffee latte* tidak menggunakan gula pasir
  - b. Untuk menu kopi susu gula aren: 1 Kg = 1.000 gr seharga Rp.10.500  
 $1.000 : 10 \text{ gr} = 100$  (1 Kg gula pasir diperuntukan 100 cup kopi susu gulaaren)  
 $10.500 : 100 = \text{Rp.105}$
6. Biaya untuk air mineral Aqua per cup:
  - a. Untuk menu *coffee latte*:  
 1 galon = 19.000 ml seharga Rp.18.000  
 $19.000 : 50 \text{ ml} = 380$  (1 galon

Aqua diperuntukan 380 cup *coffee latte*)  $18.000 : 380 = \text{Rp.47}$

- b. Untuk menu kopi susu gula aren  
 $19.000 : 40 \text{ ml} = 475$  (1 galon Aqua diperuntukan 475 cup kopi susu gulaaren)  
 $18.000 : 475 = \text{Rp.38}$

Dari alternatif ini maka akan terjadi perubahan pada biaya bahan baku untuk pembuatan menu *coffee latte* dan kopi susu gula aren. Biaya bahan baku yang diperlukan setelah adanya perubahan ke alternatif sebagai berikut:

**Tabel 8 Biaya Alternatif Bahan Baku**

Bahan Baku	Coffee Latte	Kopi Susu Gula Aren
Biji Kopi Java Robusta	Rp.1.480	Rp.740
Susu Full Cream Diamond	Rp.2.750	Rp.2.062
Gula Aren Semut	-	Rp.1.000
Krimer Bubuk B'estea	Rp.540	Rp.409
Gula Pasir Eceran	-	Rp.105
Mineral Aqua galon	Rp.47	Rp.38
<b>Total</b>	<b>Rp.4.817</b>	<b>Rp.4.354</b>

Sumber : Hasil olahan data

#### B. Alternatif Biaya Overhead Pabrik

##### a) Alternatif bahan penolong

Kemudian penulis juga telah melakukan survei terhadap beberapa bahan penolong untuk mengetahui harga bahan penolong yang harganya jauh lebih murah namun kualitasnya sama dengan kriteria perusahaan. Berikut dapat disajikan harga alternatif bahan penolong:

**Tabel 9 Harga Alternatif Bahan Penolong**

No.	Bahan Penolong	Harga (Rp)	Pemakaian/Cup	
			Coffee Latte	Kopi Susu Gula Aren
1.	Cup Plastik Unggul/Bal (50Cup)	8.500	1 Pcs	1 Pcs
2.	Cup Sealer Drink 4In1/Roll (1.000 Cup)	32.000	1 Pcs	1 Pcs
3.	Sedotan Tekuk Hitam 1 bal (500pcs)	18.500	1 Pcs	1 Pcs

Sumber : Hasil olahan data

Dengan demikian, besarnya biaya bahan baku tidak langsung alternatif untuk menu *coffee latte* dan kopi susu gula aren tahun 2019 dan 2020 dapat ditentukan:

1. Biaya untuk cup plastik merk unggul per cup *coffee latte* dan kopi susu gula aren: 1 bal = 50 pcs seharga Rp.8.500  
 $8.500 : 50 = \text{Rp.170}$
2. Biaya untuk cup sealer merk Drink 4in1 per cup *coffee latte* dan kopi susu gula aren: 1 roll = 1.000 pcs seharga Rp.32.000  
 $32.000 : 1.000 = \text{Rp.32}$
3. Biaya untuk sedotan jenis tekuk hitam per cup *coffee latte* dan kopi susu gula aren: 1 bal = 500 pcs seharga Rp.18.500  
 $18.500 : 500 = \text{Rp.37}$

Dari alternatif ini maka akan terjadi perubahan pada biaya bahan penolong untuk pembuatan menu *coffee latte* dan kopi susu gula aren. Biaya bahan penolong yang diperlukan setelah adanya perubahan ke alternatif sebagai berikut:

**Tabel 10 Biaya Alternatif Bahan Penolong**

No.	Bahan Baku Tidak Langsung	Coffee Latte	Kopi Susu Gula Aren
1.	Cup Plastik	Rp.170	Rp.170
2.	Cup Sealer	Rp.32	Rp.32
3.	Sedotan Tekuk Hitam	Rp.37	Rp.37
<b>Total</b>		<b>Rp.239</b>	<b>Rp.239</b>

Sumber : Hasil olahan data

Biaya listrik, bisa ditekan penggunaannya sebesar Rp.2.400.000 per tahun agar biaya yang dikeluarkan bisa seminimal mungkin.

Dengan demikian biaya-biaya yang terjadi bila UMKM Warunk Si Adul menggunakan biaya alternatif untuk tahun 2019 dan 2020 adalah sebagai berikut:

**Tabel 11 Alternatif Biaya Produksi Tahun 2019 dan 2020**

Biaya Produksi	Besarnya Alternatif Biaya Produksi			
	Coffee Latte		Kopi Susu Gula Aren	
	2019	2020	2019	2020
Biaya Bahan Baku	4.817	4.817	4.354	4.354
Biaya Tenaga Kerja Langsung	8.767	9.863	8.767	9.863
Biaya Overhead Pabrik	1.283	1.414	1.283	1.414
<b>Total Biaya produksi/Cup</b>	<b>14.867</b>	<b>16.094</b>	<b>14.404</b>	<b>15.631</b>
<b>Margin Laba (%)</b>	<b>40,53%</b>	<b>5,62%</b>	<b>7,37%</b>	<b>2,03%</b>

Sumber : Hasil olahan data

Rekayasa nilai ini sangat berpengaruh dalam efisiensi biaya produksi dengan selisih dari biaya awal pada menu *coffee latte* tahun 2019 sebesar Rp.4.561 dan tahun 2020 sebesar Rp.4.504, kemudian menu kopi susu gula aren memiliki selisih dari biaya awal tahun 2019 sebesar Rp.3.130 dan tahun 2020 sebesar Rp.3.033, hal ini bisa menjadi opsi untuk UMKM Warunk Si Adul dalam mengurangi anggaran agar harga jual dan biaya sesuai dengan target laba yaitu 30%.

### Pengaruh target costing terhadap efisiensi biaya produksi pada Warunk Si Adul

Efisiensi biaya produksi adalah rasio dengan cara membandingkan realisasi biaya produksi dengan anggaran biaya produksi. Bila hasil perbandingan yang diperoleh semakin kecil, maka biaya produksinya semakin efisien, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan efisiensi dengan baik. Oleh karena itu, akan disajikan perhitungan rasio efisiensi biaya produksi UMKM Warunk Si Adul setelah melakukan rekayasa nilai sebagai berikut:

$$\text{Formula : } \frac{\text{Realisasi Biaya Produksi}}{\text{Anggaran Biaya Produksi}} \times 100\%$$

**Tabel 12 Efisiensi Biaya Produksi Coffee Latte Tahun 2019 dan 2020**

Uraian	Efisiensi Biaya Tahun 2019			Efisiensi Biaya Tahun 2020		
	Anggaran Biaya	Realisasi Biaya	Rasio (%)	Anggaran Biaya	Realisasi Biaya	Rasio (%)
Biaya Bahan Baku	8.494	4.817	56,71	8.574	4.817	56,18
Biaya Tenaga Kerja Langsung	8.767	8.767	100	9.863	9.863	100
Biaya Overhead Pabrik	2.167	1.283	59,2	2.161	1.414	65,43
<b>Biaya Produksi</b>	<b>19.428</b>	<b>14.867</b>	<b>76,52</b>	<b>20.598</b>	<b>16.094</b>	<b>78,13</b>

Sumber : Hasil olahan data

**Tabel 13 Efisiensi Biaya Produksi Kopi Susu Gula Aren Tahun 2019 dan 2020**

Uraian	Efisiensi Biaya Tahun 2019			Efisiensi Biaya Tahun 2020		
	Anggaran Biaya	Realisasi Biaya	Rasio (%)	Anggaran Biaya	Realisasi Biaya	Rasio (%)
Biaya Bahan Baku	6.600	4.354	65,96	6.640	4.354	65,57
Biaya Tenaga Kerja Langsung	8.767	8.767	100	9.863	9.863	100
Biaya Overhead Pabrik	2.167	1.283	59,2	2.161	1.414	65,43
<b>Biaya Produksi</b>	<b>17.534</b>	<b>14.404</b>	<b>82,14</b>	<b>18.664</b>	<b>15.631</b>	<b>83,74</b>

Sumber : Hasil olahan data

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi yang dikeluarkan pada tahun 2019 dan 2020 mengalami efisiensi atau mengalami selisih yang menguntungkan pada menu *coffee latte* tahun 2019 sebesar Rp.4.561 dan tahun 2020 sebesar Rp.4.504, kemudian menu kopi susu gula aren memiliki selisih pada tahun 2019 sebesar Rp.3.130 dan tahun 2020 sebesar Rp.3.033, karena realisasi biaya produksi yang dikeluarkan lebih kecil dari pada biaya produksi yang dianggarkan. Keadaan ini dapat disebabkan oleh menurunnya biaya bahan baku dan menurunnya biaya overhead pabrik. Sehingga jika dijumlahkan, biaya produksi mengalami efisiensi.

### Hasil dan Pembahasan

Penentuan harga jual dan biaya produksi di UMKM Warunk Si Adul masih menggunakan metode tradisional dengan tahapan menghitung biaya produksi lalu menentukan harga jual. Harga jual awal pada produk *coffee latte* sebesar Rp.25.000 dan kopi susu gula aren memiliki harga jual awal sebesar Rp.22.000, untuk biaya produksi *coffee latte* tahun 2019 sebesar Rp.19.428 dan tahun 2020 Rp.20.598 dengan margin laba yang dihasilkan sebesar 22,28% dan 17,6%, untuk biaya produksi kopi susu gula aren tahun 2019 sebesar Rp.17.534 dan tahun 2020 Rp.18.664 dengan margin laba yang

dihasilkan sebesar 20,3% dan 15,16%. Perlu ditambahkan bahwa dari kalkulasi biaya yang dilakukan oleh UMKM Warunk Si Adul ternyata margin laba yang diperoleh tidak sesuai dengan margin laba yang diharapkan yaitu sebesar 30%. Oleh karena itu akan dilakukan perhitungan target costing.

Metode target costing merupakan faktor penentu dalam memproduksi suatu produk yang didasarkan pada estimasi seluruh biaya rancangannya sehingga potensi kerugian di masa mendatang dapat dicegah. Agar dapat memperoleh laba yang diharapkan serta dapat mengefisienkan biaya produksinya, UMKM Warunk Si Adul harus berusaha mengurangi biaya yang harus dikeluarkan pada proses produksinya. Penerapan metode target costing sangat tepat bagi UMKM Warunk Si Adul dalam

mengurangi biaya produksinya, karena metode ini memiliki keunggulan yang lebih baik dibandingkan dengan perhitungan tradisional, yaitu memiliki sistem perencanaan yang lebih rinci, mengutamakan desain produk serta kebutuhan pelanggan.

Hasil penelitian di atas, yaitu target costing merupakan alternatif yang baik dalam upaya menurunkan atau mengurangi biaya sehingga memperoleh efisiensi biaya produksi, kemudian penelitian tersebut mengemukakan keberhasilan metode target costing dalam upaya penurunan biaya pada UMKM Warunk Si Adul, dengan menggunakan analisis value engineering atau rekayasa nilai produk pada tahap desain yang sangat menentukan karena sebagian besar biaya produk ditentukan dan diantisipasi pada tahap desain. Dalam penelitian tersebut membahas usaha dalam penurunan biaya pada tahap produksi *Coffee latte* dan *Kopi susu gula aren* yang dilakukan dengan menekan pemborosan-pemborosan pada saat pembelian bahan baku dan bahan penolong. Hasil penelitian ini juga memberikan efek positif terhadap naiknya laba yang diperoleh Warunk Si Adul, yaitu metode target costing telah menjadi suatu ukuran kesuksesan perusahaan, khususnya dalam

menunjukkan hasil yang dapat digunakan manajemen yang berkaitan dengan pertanggung jawaban di dalam biaya perencanaan dalam pembuatan produk. Penelitian tersebut juga mengemukakan bahwa dengan menggunakan target costing akan menjadi suatu sumber kekuatan baru bagi perusahaan dalam memaksimalkan perolehan laba dalam jangka panjang.

### **Penutup**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Perhitungan biaya produksi di UMKM Warunk Si Adul masih menggunakan metode tradisional dengan tahapan menghitung biaya produksi lalu menentukan harga jual. Pada produk coffee latte dan kopi susu gula aren memiliki harga jual awal sebesar Rp 25.000 dan Rp 22.000 dengan biaya produksi pada tahun 2019 sebesar Rp 19.428 dan Rp 17.534, sedangkan biaya produksi per cup pada tahun 2020 sebesar Rp.20.598 dan 18.664.

2. Penerapan metode target costing dalam pengelolaan biaya produksi pada UMKM Warunk Si Adul yaitu dengan menggunakan rumus = harga jual – Laba yang diinginkan perusahaan. Dengan menerapkan metode target costing pada produk coffee latte dan kopi susu gula aren maka biaya produksi yang seharusnya dihasilkan yaitu sebesar Rp.17.500 untuk produk coffee latte dan Rp.15.400 untuk produk kopi susu gula aren. Hasil tersebut telah memenuhi margin laba yang diharapkan perusahaan sebesar 30%.

Penerapan metode target costing pada UMKM Warunk Si Adul dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi, dikarenakan sebelum menggunakan metode target costing UMKM Warunk Si Adul memakai metode tradisional, yaitu dalam perhitungannya laba atau keuntungan tidak mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan yaitu sebesar 30%. Setelah menerapkan metode target costing pada tahap pemakaian metode

value engineering, margin laba yang diharapkan perusahaan telah mencapai target. Dalam meningkatkan efisiensi biaya produksi pada produk coffee latte dan kopi susu gula aren, UMKM Warunk Si Adul menetapkan harga jual sebesar Rp.25.000 dan Rp.23.000 serta biaya produksi per cup yang diperoleh pada tahun 2019 sebesar Rp.14.867 dan Rp.14.404, sedangkan biaya produksi per cup pada tahun 2020 sebesar Rp.16.094 dan Rp.15.631. Kesimpulannya, setelah menerapkan metode target costing maka tercapainya margin laba yang diharapkan UMKM Warunk Si Adul sebesar 30% dengan rasio efisiensi biaya produksi produk coffee latte dan kopi susu gula aren pada tahun 2019 sebesar 76,52% dan 82,14%, sedangkan pada tahun 2020 sebesar 78,13% dan 83,74%. Hal tersebut menunjukkan bahwa penerapan metode target costing sebagai alat penilaian efisiensi biaya produksi sangat efektif untuk digunakan.

### **Saran**

Adapun saran pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Kegunaan Praktis**

Untuk mencapai target cost yang diinginkan, UMKM disarankan untuk menggunakan metode target costing. Dengan menggunakan metode target costing, UMKM Warunk Si Adul dapat mengefisienkan biaya produksi serta memaksimalkan laba dengan baik dibandingkan dengan menggunakan metode yang perusahaan gunakan selama ini. Seperti yang terlihat pada penelitian ini, UMKM mampu memperoleh laba yang diharapkan sebesar 30% dan mampu mengefisienkan biaya produksinya terutama pada biaya bahan baku dan biaya overhead pabrik. Kemudian disarankan juga agar perusahaan lebih memperhatikan masalah efisiensi dalam penggunaan biaya produksi sehingga tidak terlalu boros dalam menjalankan kegiatan produksinya.

#### **2. Kegunaan Akademis**

Saran untuk peneliti selanjutnya, peneliti

harus mencari data atau informasi yang lengkap yang berkaitan dengan produksi yang dilakukan oleh perusahaan. Serta mempersiapkan penelitian tersebut dengan seksama mulai dari lamanya waktu penelitian hingga periode data yang diperoleh dari perusahaan agar lebih mendapatkan hasil penelitian target costing secara lebih mendalam lagi. Juga penelitian ini hanya sebatas tentang metode target costing dalam perencanaan efisiensi biaya produksi untuk meningkatkan laba untuk tahun 2019-2020 pada UMKM Warunk Si Adul. Kemudian penulis menyarankan bagi peneliti selanjutnya, dapat mengurangi keterbatasan penelitian ini karena penelitian ini mungkin belum sempurna dan dapat memperluas penelitian dengan memperpanjang periode penelitian seperti 3-4 tahun atau menambah jumlah menuproduk yang akan dihitung.

#### Referensi

- Ahmad, Firdaus Dunia dan Wasilah Abdullah (2013). *Akuntansi Biaya*. Jakarta : Salemba Empat.
- Arizal Kurnia Syawal (2018), *Analisis Pendekatan Target Costing Dalam Rangka Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi pada PT. Mega Satwa Perkasa*, skripsi, Makassar, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Arwina Novieanti Alimudin (2012). *“Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Semen Pada PT. Tonasa di Kabupaten Pangkep”*. Skripsi. Universitas Hasanuddin.
- Bastian Bustami dan Nurlela (2013). *Akuntansi Biaya. Edisi 4*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Bustami, Bastian & Nurlela. (2013). *Akuntansi Biaya Tingkat Lanjut: Kajian Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Cynthia Indriani (2017) *“Analisis Penerapan Target Costing dalam Perencanaan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba pada UKM Hidup Baru Steel Tahun 2017”*. Jurnal. Universitas Pakuan Bogor.
- Elmer Tamara Johan dan Muanas (2013) *“Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor”*. Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan.
- Fransiska Kusumadewi (2017), *Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Produksi*, skripsi, Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Garrison, Ray H., Norren, Erick W dan Brewer, Peter C. (2013). *Akuntansi Manajerial. Edisi 14*. Salemba Empat, Jakarta.
- Hansen and Mowen. (2014). *Managerial Accounting*. Jakarta : Salemba Empat.
- Hapsari, S. D., Saputra, B. W., & Rismadi, B. (2013). *Evaluasi efektivitas pengendalian biaya produksi dan efisiensi biaya produksi (Studi kasus di PT. XYZ)*. *Journal of Management Studies*, 2(1), 38-60.
- Heri Supriyadi. (2013). *“Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Usaha Dagang Eko Kusen)”*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Mulyadi (2015). *Akuntansi Biaya. Edisi 5*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu. Manajemen YPKN.
- Restu Tri Yuliani, dkk. (2018). *Analisis Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Pada CV. Mandiri Tas Tahun 2018*. Jurnal. Universitas Pakuan. Bogor.
- Roisatul Khasanah, dkk. (2021). *Analisis Penerapan Metode Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Produksi Untuk Memaksimalkan Laba*. Jurnal. Universitas Pandanaran. Semarang.
- Rudianto. (2013). *Pengantar Akuntansi Konsep & Teknik Penyusunan Laporan Keuangan*. Jakarta. Erlangga.
- Salman, Kautsar R., Farid, Mochammad. (2016). *Akuntansi Manajemen: Alat Pengukuran dan Pengambilan Keputusan Manajerial*. PT Indeks, Jakarta.

Salman, Kautsar R. (2013). *Akuntansi biaya pendekatan product costing. Cetakan*

I. Akademia Permata, Jakarta.

Sari. (2012). *Penggunaan Target Costing Dalam Pengembangan Produk. Surabaya, Unika Widya Mandala, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi,*

<http://journal.wima.ac.id/index.php/JIMA/article/view/256>, [Diakses Mei 2022].

Siregar, Baldric, dkk. (2013). *Akuntansi Biaya. Edisi 2.* Jakarta : Salemba empat.

Siti Virgayanti Rukmana (2018), *Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada UMKM (Studi Kasus Pia DC di Kecamatan Jenggawah, Skripsi, Jember, Universitas Jember.*

Sri Lestari (2013) *"Penerapan Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan*

*Efisiensi Biaya Produksi Pada PT Bukaka Teknik Utama Tbk"*. Jurnal. Universitas Pakuan Bogor.

Sujardi, Lukman. (2013). *Akuntansi Biaya. Cetakan I.* PT Indeks, Jakarta.

Widilestariningtyas, Ony., Donny W.F., Anggadini, Sri Dewi. (2012). *Akuntansi Biaya. Edisi Pertama.* Graha Ilmu, Yogyakarta.

Witjaksono, Armanto. (2013). *Akuntansi Biaya. Edisi Revisi.* Graha Ilmu, Yogyakarta.

