

PENERAPAN TARGET COSTING DALAM PENETAPAN HARGA JUAL DAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA VOMIT CAFÉ TAHUN 2021

Zaini Miftahussalam¹⁾ Arief Tri Hardiyanto²⁾ Amelia Rahmi³⁾ Ida Farida⁴⁾

^{1,2,3,4}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan

zainimiftahussalam09@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan metode *target costing* terhadap penetapan harga jual dan efisiensi biaya produksi pada Vomit Café tahun 2021. Penelitian ini dilakukan di Vomit Café menggunakan metode analisis deskriptif dengan teknik penelitian kuantitatif dan kualitatif *non statistic*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan target costing dapat mempengaruhi dalam meningkatkan efisiensi biaya produksi pada Vomit Café. Hal ini dikarenakan setelah dilakukan rekayasa nilai pada produk *Potato Wedges* menentukan harga jual sebesar Rp18.000, biaya per unitnya sebesar Rp12.585, dengan rasio biaya 69,91% dan laba pada produk tersebut sebesar Rp5.415 dengan rasio laba 30,09%. Rekayasa nilai pada produk *Cookies Milkshake* menentukan harga jual sebesar Rp17.000, biaya per unitnya sebesar Rp11.893, dengan rasio biaya 69,95% dan laba pada produk tersebut sebesar Rp5.107 dengan rasio laba 30,05%. Perbandingan perhitungan biaya produksi menurut perusahaan dan menurut *target costing* menghasilkan selisih yang cukup signifikan. Pada produk *Potato Wedges* menghasilkan selisih sebesar Rp3.551 per unit dengan rasio penghematan 22%. Pada produk *Cookies Milkshake* menghasilkan selisih sebesar Rp1.208 dengan rasio penghematan 9,22%.

Kata kunci: *Target Costing*, Harga Jual, Efisiensi Biaya

Abstract

This research was conducted to find out how the target costing method is applied to selling prices and production cost efficiency at Vomit Café in 2021. This research was conducted at Vomit Café using descriptive analysis methods with non-statistical quantitative and qualitative research techniques. The data used in this study are primary and secondary data. The results of this study indicate that the application of target costing can affect the increase in production cost efficiency at Vomit Café. This is because after value engineering the Potato Wedges product determines the selling price of IDR 18,000, the cost per unit is IDR 12,585, with a cost ratio of 69.91% and the profit for this product is IDR 5,415 with a profit ratio of 30.09%. Value engineering for the Cookies Milkshake product determines a selling price of IDR 17,000, a cost per unit of IDR 11,893, with a cost ratio of 69.95% and a profit for this product of IDR 5,107 with a profit ratio of 30.05%. Comparison of the calculation of production costs by company and by target costing produces a significant difference. The Potato Wedges product generates a difference of IDR 3,551 per unit with a savings ratio of 22%. The Cookies Milkshake product generates a difference of IDR 1,208 with a savings ratio of 9.22%.

Keywords: *Target Costing*, Selling Price, Cost Efficiency

Pendahuluan

Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif, setiap badan usaha dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing agar dapat bertahan dan menangkan persaingan, guna untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan yaitu untuk memperoleh laba. Selain itu, untuk menjamin agar perusahaan mampu menghasilkan laba, perusahaan harus mampu merencanakan dan mengendalikan tiga faktor yang mempengaruhi laba yaitu volume produk yang dijual, harga pokok dan biaya.

Biaya merupakan faktor penting dalam menjamin kemenangan setiap badan usaha dalam persaingan dipasar. Pelanggan akan memilih produsen yang mampu menghasilkan produk atau jasa yang memiliki mutu tinggi dengan harga murah. Oleh karena itu metode manajemen biaya yang digunakan dalam perusahaan harus bermanfaat untuk memproduksi produk baru yang sesuai dengan permintaan pembeli dengan harga rendah, dan juga membantu mengurangi biaya produk yang ada dengan mengeliminasi pemborosan atau dengan cara memangkas biaya – biaya *non value added*. Untuk membantu para pemilik usaha, maka diperkenalkan sistem manajemen biaya total dengan kalkulasi biaya target (*target costing*).

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 (Ayu, Suhendro, & Wijayanti, 2022)

Konsep *target costing* sangat sesuai, sejalan dengan meningkatnya persaingan, dan tingkat penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan. Kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga,

untuk itu diperlukan penerapan metode *target costing* agar dapat mencapai tujuan perusahaan dalam rangka pengurangan biaya (*cost reduction*), yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif (Mochammad Syam, 2019).

Umumnya perusahaan beroperasi dengan mengembangkan dan memproduksi barang/jasa terlebih dahulu. Kemudian mulai menghitung biaya yang dikeluarkan untuk jenis produksi tersebut, menetapkan harga jual bagi produknya, dan setelah itu produk siap untuk dipasarkan. Namun dalam metode *target costing*, proses yang terjadi justru sebaliknya. Setelah perusahaan mengetahui laba yang akan dikenakan terhadap produknya dan penentuan biaya produksi maka kemudian perusahaan akan memulai untuk pada tingkat harga yang telah ditetapkan sebelumnya

Makanan atau pangan adalah salah satu kebutuhan hidup manusia yang paling mendasar dan merupakan suatu kebutuhan primer setiap manusia untuk mempertahankan hidupnya. Seiring dengan perkembangan zaman, manusia semakin menginginkan nilai lebih dari hanya sekedar makan sebagai pemuas kebutuhan fisiologis. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, manusia akan mencari bentuk kepuasan yang lain, seperti rasa yang berbeda, suasana yang berbeda, maupun kepuasan lainnya. Dengan latar belakang ini terjadi peningkatan permintaan masyarakat terhadap tersedianya jasa penyediaan makanan jadi atau biasa disebut restoran atau rumah makan.

Menurut penelitian Melvina Ignatia (2013), menyatakan bahwa dalam pertumbuhan ekonomi saat ini, UMKM harus mampu memiliki peran strategis dalam pengembangan usaha agar tidak

lumpuh dalam persaingan bisnis yang terus berkembang. Menanggapi hal tersebut, unit usaha harus mempertahankan bisnisnya dengan upaya meningkatkan produk yang berkualitas dan menetapkan harga jual produk yang lebih rendah atau sama dengan harga produk pesaing. Sehingga dibutuhkan perencanaan dan perhitungan yang akurat dalam memproduksi produk yang akan dihasilkan. Salah satu perencanaan dalam memproduksi produk adalah melakukan efisiensi pada biaya sehingga unit usaha dapat menentukan harga jual produknya. Harga jual produk selain mempengaruhi volume penjualan, juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan. Salah satu cara dalam efisiensi biaya yaitu dengan mengendalikan biaya produksi perusahaan.

Setiap aspek dari bisnis, operasional, kepuasan pelanggan, hubungan *profit & lost*, ukuran sistem kendali, dan Standarisasi haruslah jelas, serta detail. Selain itu, beberapa dari aspek ini mencakup manajemen bisnis umum (*general business management*) administrasi, organisasi, pengawasan (*supervising*), pengendalian (*controlling*), prosedur akuntansi, *pricing*, promosi, kontrak, proteksi, asuransi, dan regulasi perpajakan dimana bisnis tersebut berada, serta berfungsi. (Nelson S. & S.E Wasito, 2019).

Ada beberapa pemahaman dasar, mengapa bisnis restoran biasanya gagal? Berikut ini hanyalah sebagian kecilnya dari penyebab kegagalan bisnis Restoran:

1. Ketidakmampuan beradaptasi terhadap perubahan.
2. Kurangnya pengetahuan akan bisnis dan manajemen, serta akuntansi.
3. Kurangnya pemahaman mengenai pesaing (Wardiyanta.& Retnosyari, 2020)

Penelitian yang dilakukan M. Udin Harianto (2014) dengan judul “Penerapan *Target Costing* Terhadap Efisiensi Biaya dan Laba”. Berdasarkan perhitungan yang dilakukannya, menunjukkan bahwa *target costing* dapat diterapkan pada UD. Al-Amin, dan dapat memberikan dampak yang positif dalam penurunan biaya produksi sehingga dapat digunakan untuk menentukan harga jual yang lebih kompeten lagi di pasaran.

Pada Penelitian yang dilakukan M. Udin Hartanto (2014) memiliki perbedaan dengan apa yang saya teliti, terutama pada objek penelitian. M. Udin Hartanto meneliti segmen usaha penginapan atau hotel yang bergerak dalam bidang jasa. Berbeda dengan penelitian yang saya lakukan, objek yang saya teliti merupakan bidang kuliner. Setelah itu penelitian yang saya lakukan berfokus terhadap harga dan peningkatan efisiensi biaya sehingga harga jual dapat bersaing dipasaran. Untuk penelitian M. Udin Hartanto berfokus terhadap efisiensi biaya dan laba sehingga peneliti dapat memaksimalkan laba dengan melakukan efisiensi biaya pada objek yang diteliti.

Lokasi penelitian yang akan menjadi penelitian saya yaitu Vomit Café. Vomit Café merupakan suatu UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang bergerak dalam bidang penjualan makanan dan minuman. Vomit Café berdiri pada tahun 2019 tepatnya pada bulan September. Vomit Café berdiri di daerah Kp Bitung Ratna RT 04/02 No.20 Desa Bitungsari, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor. Vomit Café merupakan suatu usaha yang masih tergolong baru dan menu yang disajikan pun harganya disesuaikan dengan *budget* yang terjangkau.

Tabel 1 Daftar Perbandingan Harga Sekitar pada Tahun 2021

Kafe	Produk	
	<i>Potato Wedges</i>	<i>Cookies Milkshake</i>
Vomit Café	20.000	18.000
Kopikitu	20.000	17.000
Sudut Temu	18.000	17.000
Kopi Kieu	19.000	16.000

Sumber: Diolah Penulis

Dari data diatas, dapat dilihat perbandingan harga pada produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake* pada Vomit Café lebih tinggi dari para pesaingnya, dan dari menu yang tersedia pada vomit café itu sendiri. Hal tersebut diharuskan melakukan sesuatu yang harus dianalisa agar harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan kompetitor pada produk yang sama. Selain itu, *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake* tergolong rendah dalam segi penjualannya, dikarenakan harga jual yang terlalu tinggi. Dengan menggunakan metode *target costing*, diharapkan Vomit Café dapat menentukan harga jual, dan laba yang diharapkan terlebih dahulu, serta mengupayakan agar dapat menekan biaya produksinya.

Berdasarkan pada uraian diatas, maka penelitian terkait penerapan metode *target costing* pada suatu unit usaha atau perusahaan penting untuk dilakukan. Hal tersebut dikarenakan masih banyaknya perusahaan yang belum mampu menetapkan harga jual yang signifikan dikarenakan biaya produksinya belum efisien. Melalui penelitian ini, penerapan metode *target costing* diharapkan dapat memberikan suatu alternatif dalam pengambilan keputusan dan strategi bagi perusahaan untuk dapat menekan biaya. Hal tersebut bertujuan agar target laba yang diinginkan dapat tercapai sehingga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan

sebagai modal untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya, tanpa mengurangi kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini bisa menyebabkan kurang tepatnya penentuan harga pokok produksi dan harga jual dari perusahaan ini yang menyebabkan dalam laporan produksinya yang kemungkinan dapat mengakibatkan laba yang diperoleh perusahaan tidak sesuai yang diharapkan.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui metode penerapan harga jual dan harga pokok produksi Vomit Café saat ini.
2. Untuk mengetahui penerapan *target costing* pada Vomit Café sebagai sistem penetapan harga jual dan harga pokok produksi.
3. Untuk mengetahui perbedaan harga jual, penetapan harga pokok produksi sebelum dan sesudah menggunakan *target costing*.

Tinjauan Pustaka

Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen adalah proses identifikasi, pengukuran, akumulasi, analisis penyusunan, interpretasi, dan komunikasi informasi yang digunakan oleh manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi dan pengendalian dalam suatu entitas dan untuk memastikan sesuai dan akuntabilitas penggunaan sumber daya tersebut. (Putu Darya, 2019)

D.S Hariyani (2018) Akuntansi manajemen adalah laporan keuangan yang disusun untuk menghasilkan informasi yang berguna bagi pihak internal perusahaan atau manajemen yang digunakan untuk pengambilan keputusan, informasi tersebut dapat berupa kebijakan-kebijakan yang tidak di publikasikan untuk pihak eksternal.

Menurut D.firmansyah,D.Saepuloh, & P. Susetyo (2020) Akuntansi manajemen merupakan jaringan penghubung yang

sistematis dalam penyajian informasi yang berguna dan dapat daya untuk membantu pimpinan perusahaan dalam usaha mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Informasi akuntansi manajemen dibutuhkan dan digunakan oleh semua tingkatan dalam lingkup manajemen, informasi akuntansi manajemen membantu para manajer menjalankan perannya dalam melakukan aktivitas perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan.

Menurut Zaenal Aripin & Riski Padma Negara (2021) menjelaskan bahwa Akuntansi Manajemen ialah sistem akuntansi yang mempunyai tujuan untuk menampilkan laporan keuangan untuk kepentingan pihak internal organisasi atau perusahaan, seperti manajer produksi, manajer pemasaran, manajer keuangan dan pihak internal lainnya.

Berdasarkan beberapa definisi akuntansi manajemen di atas dapat dinyatakan bahwa akuntansi manajemen merupakan kegiatan mengidentifikasi, mengukur, menganalisa untuk menghasilkan suatu informasi manajemen yang dapat digunakan oleh pihak internal untuk melakukan perencanaan, pengendalian, pengambilan keputusan, dan penilaian kinerja dalam suatu perusahaan atau organisasi untuk meningkatkan kinerja pada perusahaan.

Target Costing

Target costing adalah penentuan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut akan dapat memperoleh laba yang diharapkan. (Supriyadi, 2013). Menurut Yulia Nailir (2016) metode *target costing* dikembangkan berdasarkan observasi dari dua karakteristik penting pasar dan biaya. Pertama adalah bahwa perusahaan tidak dapat mengendalikan harga, kecuali

pasarlah (permintaan dan penawaran) yang menentukan harga, dan perusahaan yang berusaha untuk mengabaikan hal ini, mereka menanggung resikonya sendiri. Kedua adalah bahwa sebagian besar biaya produk ditentukan pada tahap desain.

Witjaksono (2013) mengemukakan bahwa “*target costing* adalah suatu sistem dimana penentuan harga pokok produksi adalah sesuai dengan yang diinginkan (*target*) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan, atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela untuk membayarnya.”

Target costing ditentukan dengan mempertimbangkan berbagai hal yang dianggap sesuai dengan kondisi yang dihadapi pelaku usaha, seperti harga jual pesaing, daya beli masyarakat, dan keadaan perekonomian secara umum. Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut, pelaku usaha dapat menentukan biaya produk yang diharapkan. Setelah biaya produk ditentukan, pelaku usaha menetapkan laba yang diinginkan untuk setiap unit produk yang akan dijual. Penetapan laba per unit ini didasarkan pada berbagai hal yang terkait, seperti target pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan dan volume produk yang akan dijual.

Karakteristik Target Costing

Menurut Singgih Dwi (2018) *target costing* memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. *Target costing* digunakan pada tahap perencanaan dengan cara yang berorientasi pasar
2. *Target costing* bertujuan untuk pengurangan biaya, bukan pengendalian biaya

3. Informasi biaya terperinci disediakan untuk mendukung pengurangan biaya
4. *Target costing* ditetapkan sebelum pengembangan produk baru benar-benar dimulai berdasarkan metode pengurangan atau penambahan.

Prinsip - Prinsip *Target Costing*

1. Harga Menentukan Biaya

Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif membuat penetapan harga jual produk bukanlah hal yang mudah. Harga jual ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar (*market share*) digunakan untuk menentukan target biaya.

2. Fokus Pada Pelanggan

Kehendak atau kebutuhan pelanggan akan kualitas, biaya, fungsi (*functionality*) secara simultan terdapat dalam produk, dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan berkenaan dengan desain, serta perhitungan harga pokok produk.

3. Fokus Pada Desain Produk dan Desain Proses

Pengendalian biaya ditekankan pada tahap desain produk dan tahapan desain proses produksi. Maka setiap perubahan atau rekayasa harus dilakukan sebelum proses produksi, dengan tujuan menekan biaya, dan mengurangkan waktu terutama bagi produk baru.

4. *Cross Functional Team*

Tim atau kelompok ini bertanggung jawab atas keseluruhan produk, dimulai dari ide atau konsep produk hingga tahapan

5. Melibatkan Rantai Nilai

Seluruh anggota yang terlibat dalam rantai nilai, dimulai dari pemasok barang/jasa, distributor, hingga pelanggan dilibatkan dalam proses *target costing*.

6. Orientasi Daur Hidup Produk

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

Tahapan dalam Mengimplementasikan *Target Costing*

Menurut Rudianto (2013) penerapan *target costing* dapat dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan Harga Pasar

Untuk menentukan harga produk, 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 dengan lainnya dalam menentukan volume permintaan terhadap produk perusahaan. Disisi lain, volume penawaran produk sejenis secara keseluruhan akan berpengaruh terhadap mekanisme pasar tersebut. Pertemuan antara volume permintaan dan volume penawaran akan berpengaruh langsung terhadap harga jual produk perusahaan.

2. Menentukan Laba yang Diharapkan

Setelah menentukan harga jual produk dengan mempertimbangkan mekanisme pasar yang berlaku, perusahaan harus menentukan harga jual per unit produknya, Penentuan harga jual per unit produk dipengaruhi oleh berbagai hal terkait, Seperti pangsa pasar yang ingin diperoleh, tingkat pertumbuhan yang dicapai perusahaan, volume penjualan yang direncanakan, dan sebagainya. Unsur-unsur tersebut akan berpengaruh secara langsung terhadap laba per unit produk yang ingin dicapai.

3. Menetapkan Target Biaya

Berdasarkan harga jual yang telah ditentukan dikurangi dengan laba per unit produk yang diharapkan, perusahaan dapat menentukan tingkat biaya yang diharapkan untuk menghasilkan produk yang diinginkan. Harga jual yang ditetapkan harus

mewakili harga pasar sebagai unsur penting dalam persaingan.

Target biaya = Harga Jual – Laba yang Diharapkan
--

4. Melakukan Rekayasa Nilai

Rekayasa nilai adalah semua upaya yang dianggap perlu untuk memodifikasi produk perusahaan dengan biaya yang lebih rendah, yang disertai upaya pemberian nilai (*value*) yang optimal kepada pelanggan. Rekayasa nilai tersebut mencakup upaya mengidentifikasi berbagai cara yang dapat digunakan untuk menurunkan biaya produksi. Rekayasa nilai digunakan dalam *target costing* untuk menurunkan biaya produk dengan cara menganalisis *trade off* antara:

- A. Jenis dan Tingkat yang Berbeda dalam Fungsionalitas
- B. Biaya Produk Total.

5. Menggunakan *Kaizen Costing* dan Pengendalian Operasi

Kaizen berarti perbaikan secara terus menerus untuk mencari cara yang lebih baik dalam proses pengerjaan sesuatu. Berkaitan dengan proses produksi, berarti upaya berkelanjutan untuk mencari metode yang lebih baik dalam proses produksi. Sedangkan dengan perhitungan biaya, merupakan upaya untuk terus mencari metode produksi yang dapat menurunkan biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik) suatu produk tertentu, *Kaizen costing* berarti metode perhitungan biaya dalam proses pembuatan produk dengan desain dan fungsionalitas.

Konsep *Value Engineering* atau Rekayasa Nilai

Rekayasa nilai menjadi salah satu tahapan dalam pengimplementasian metode *target costing*. Menurut Irtiningtyas (2018), rekayasa nilai dilaksanakan oleh suatu tim yang terdiri atas manajer

pemasaran, desain produk, manajer pabrik, dan pengawas produksi yang didukung oleh seluruh staf perusahaan. Masing-masing anggota menyarankan perbaikan desain dan modifikasi proses yang dapat dilakukan untuk menekan biaya yang terjadi. Setelah itu, akuntan biaya akan mengestimasi penghematan biaya yang dapat dicapai sebagai hasil dari pelaksanaan *value engineering*. Witjaksono (2013), menjelaskan bahwa analisis rekayasa nilai bertujuan untuk meningkatkan manfaat produk bagi pelanggan. Peningkatan biaya dapat terjadi saat proses perubahan desain suatu bagian produk dilakukan karena membutuhkan *tooling* baru, namun yang terpenting ialah memastikan bahwa pelanggan memperoleh manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang harus ditanggung.

Menurut Rudianto (2013) pengertian dari rekayasa nilai adalah segala upaya yang dianggap perlu untuk memodifikasi suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan biaya yang lebih rendah, namun tetap disertai dengan pemberian nilai yang optimal pada pelanggan. Upaya perekayasa nilai perlu dilakukan agar mampu menghasilkan *customer value* yang tepat. *Target costing* menggunakan rekayasa nilai untuk menurunkan biaya melalui analisis konsumen, yang kemudian digunakan sebagai bahan untuk mengidentifikasi selera konsumen, karena terdapat berbagai hal yang dinilai penting oleh konsumen. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap suatu produk. Berdasarkan pada hal tersebut maka sangatlah penting mengenali karakteristik produk yang dihasilkan dengan baik, lalu mengklasifikasikan produk berdasarkan fungsionalitasnya sehingga manajemen dapat merekayasa nilai produknya dengan tepat.

Harga Jual

Menurut Mochammad Syam (2019) mengatakan bahwa harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen yang sangat penting, disebabkan berhubungan dengan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam jangka Panjang, harga jual yang mampu melampaui seluruh biaya perusahaan tentunya menyisakan laba normal, sehingga perusahaan dapat melanjutkan usahanya.

Budiarso (2018) menyatakan bahwa, umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran dipasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Karena permintaan konsumen atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam penentuan harga jual, manajer tersebut akan menghadapi banyak ketidakpastian. Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen. Hidup matinya perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada keputusan *pricing* ini (D. Wauran, 2015). Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa, ditambah dengan persentase laba yang diinginkan oleh perusahaan.

Peran manajemen dalam menentukan harga jualnya sangatlah penting, dengan penetapan harga jual yang bijak dan penuh perhitungan yang matang akan membawa perusahaan mencapai laba yang optimal. Hal tersebut juga perlu diikuti dengan kualitas produk yang diciptakan, sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen.

Metode dalam Menetapkan Harga Jual

Menurut Mochammad Syam (2019) metode penentuan harga jual dibagi dalam beberapa metode:

1. *Cost Plus Pricing*

Dalam jangka panjang, harga jual produk harus dapat menutup seluruh biaya, agar tujuan laba jangka panjang tercapai.

2. *Time and Material Pricing*

Metode penentuan harga jual ini cocok untuk perusahaan jasa seperti bengkel reparasi mobil, reparasi motor, reparasi jam. Bahkan metode ini juga di pakai untuk jasa profesi seperti akuntan, konsultan, dan pengacara.

3. Penentuan Harga Jual (*Cost Type Contract*)

Merupakan kontrak pembuatan produk atau jasa, yang mana pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total kos sesungguhnya yang dikeluarkan, ditambah laba yang dihitung dari total kos sesungguhnya.

4. Penentuan Harga Jual Khusus

Harga jual dengan pesanan khusus sering kali menarik, ketika perusahaan sedang beroperasi dibawah kapasitas produktif maksimumnya.

5. Penentuan Harga Jual Produk/Jasa yang Dihasilkan dan Diatur Undang-Undang Pemerintahan

Harga jual produk atau jasa ini ditentukan berdasarkan kos penuh (*full costing*), masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

6. Penentuan Harga Jual Berdasarkan Kos Target (*Target Costing*)

Kos *target costing* merupakan teknik manajemen untuk melakukan reduksi kas produk, agar harga kompetitif, dan perusahaan sudah memperoleh laba yang diinginkan.

Biaya

Biaya merupakan konsep yang penting dalam akuntansi biaya dan akuntansi manajemen. Menurut Puspitasari (2021) 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.

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.

Menurut Dewi,N., Abdurrahman M.A., & Hamzah, S. (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

Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi suatu produk baik biaya langsung ataupun tidak langsung berpengaruh terhadap produk jadi. Menurut Kurniawan (2018), biaya produksi dibagi menjadi tiga, yaitu :

1. Biaya Bahan Baku

Bahan langsung merupakan bahan mentah atau bahan baku yang digunakan untuk menghasilkan produk jadi. Bahan baku dibagi menjadi dua bagian yaitu:

a. Biaya Bahan Baku Langsung

Bahan baku langsung merupakan bahan baku yang menjadi bahan utama yang digunakan oleh perusahaan untuk memproduksi suatu produk. Biaya produksi pada bahan baku langsung dapat diketahui dengan mudah ke produk jadi.

b. Biaya Bahan Baku Tidak Langsung

Bahan baku tidak langsung merupakan bahan baku yang bukan menjadi bahan utama dalam memproduksi suatu produk dan tidak berpengaruh secara signifikan ke produk jadi. Biaya Bahan baku tidak langsung sulit diketahui ke produk jadi. Bahan baku tidak langsung termasuk dalam overhead pabrik. Salah satu contoh dari biaya bahan baku tidak langsung yaitu bahan penolong.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya tenaga yang dikeluarkan oleh manusia untuk kegiatan proses produksi yang terlibat secara langsung dengan pembayaran upah berdasarkan unit produksi yang dihasilkan atau jam kerja. Biaya tenaga kerja langsung dapat diketahui dengan mudah karena berhubungan langsung dengan proses produksi.

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan biaya tidak langsung berpengaruh terhadap proses produksi. Adapun yang termasuk dalam biaya overhead antara lain biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya bahan baku tidak langsung dan semua biaya lainnya yang tidak dapat dibebankan langsung ke produk. Misalkan biaya bahan penolong, biaya listrik, biaya air, biaya sampah, biaya kemasan. Menurut Riwayadi (2014) biaya overhead termasuk ke dalam tiga klasifikasi biaya berdasarkan perilakunya yaitu :

a. Biaya Tetap

Biaya tetap (*fixed cost*) merupakan biaya yang totalnya tetap atau tidak berubah tanpa dipengaruhi adanya perubahan *output* aktivitas dalam batas relevan tertentu, sedangkan biaya per unit akan berubah dengan adanya perubahan *output* aktivitas. Contohnya adalah beban bunga atas utang jangka panjang dan sewa jangka panjang.

b. Biaya Variabel

Biaya variabel (*variable cost*) merupakan biaya yang totalnya berubah dengan adanya perubahan output aktivitas, sedangkan biaya per unitnya tidak berubah. Jika *output* aktivitas tinggi maka total biayanya akan tinggi dan jika *output* aktivitasnya rendah maka biaya totalnya juga akan rendah. Besar kecilnya biaya variabel tergantung pada *output* aktivitasnya. Biaya variabel termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, pengerjaan ulang dan unit-unit yang rusak.

c. Biaya Semi variabel

Biaya semi variabel (*semivariable cost*) merupakan biaya yang mengandung dua unsur yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya semi variabel dapat diartikan biaya yang totalnya berubah dengan adanya perubahan *output* aktivitas dan biaya per unitnya mengalami perubahan berbanding terbalik dengan perubahan *output*

aktivitasnya. Contoh biaya tersebut adalah biaya listrik, air, gas, bensin, batu bara, perlengkapan, pemeliharaan, dan lain-lain. Menurut Riwayadi (2014) menjelaskan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang digunakan pada fungsi produksi. Fungsi produksi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memproses bahan mentah menjadi produk jadi. Adapun biaya dari fungsi produksi yang digunakan yaitu biaya bahan baku langsung, biaya bahan baku tidak langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, serta biaya fasilitas penunjang seperti gedung, mesin, dan peralatan produksi lainnya.

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 Puspitasari (2021) 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.

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 variabel	xxx
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 variabel	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx
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.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah jenis penelitian Deskriptif *Eksploratif*. Penelitian ini menggambarkan data yang diperoleh dan menganalisis data yang ada. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan fakta yang saat ini berlaku. Didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi yang saat ini terjadi.

Teknik penelitian ini menggunakan teknik observasi, yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Statistik observasi merupakan metode yang cukup mudah dilakukan untuk pengumpulan data khususnya di usaha mikro untuk menjelaskan fenomena-fenomena yang jelas dan sudah ada di instrumennya.

Objek penelitian ini adalah penentuan untuk menetapkan harga jual dan peningkatan efisiensi biaya produksi pada Vomit Café pada tahun 2021 dengan unit analisis yang digunakan adalah laporan produksi dari data yang diteliti dan berkaitan dengan pembahasan pada variabel yang dipilih oleh peneliti.

Lokasi penelitian ini merupakan penelitian langsung pada Vomit Café yang beralamat di Kp. Bitung Ratna RT 04/02 No. 20 Desa Bitungsari, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data kualitatif adalah data yang berupa huruf, gambar, diagram, dan lainnya (bukan angka) yang menjabarkan sesuatu atau kata-kata. Dalam hal ini, data yang diperlukan adalah data tentang sejarah berdirinya Vomit Café, perkembangan perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi, sistem produksi, dan lain sebagainya
2. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka atau data yang dapat dihitung dengan satuan hitung

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti untuk menunjang penelitian ini baik dalam bentuk naskah tertulis atau dokumen yang relevan dengan penelitian. Pada penelitian ini, data sekunder berupa jurnal-jurnal penelitian yang terkait dengan judul peneliti serta informasi atau data lain yang dibutuhkan peneliti tentang *target costing*.

Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti di Vomit Café terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

1. Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap fenomena yang akan diteliti di perusahaan. Pengamatan dilakukan

menggunakan alat indra yang dimana hasil dari pengamatan tersebut dianalisis untuk menghasilkan informasi-informasi secara langsung.

2. Wawancara

Melakukan sesi tanya jawab terkait aktivitas usaha yang berkaitan dengan penelitian terhadap pemilik Vomit Cafe. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data yang spesifik dan mendukung untuk proses penelitian.

3. Dokumentasi

Proses dokumentasi dilakukan saat proses observasi maupun wawancara. Proses dokumentasi dilakukan dengan cara menulis informasi yang dianggap penting dan berkaitan dengan penelitian, memfoto fenomena yang terjadi di perusahaan untuk menghindari tertinggalnya informasi saat proses pengumpulan data terjadi.

Metode analisis adalah suatu proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan dalam menganalisis permasalahan yang diangkat, serta untuk melihat hubungan antara variabel-variabel yang terkait. Dalam penelitian ini penulisan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif (non statistik). Yaitu metode yang menggambarkan keadaan objek penelitian dengan mengumpulkan data relevan yang tersedia, kemudian disusun, dipelajari, dan dianalisis lebih lanjut.

Penelitian yang dilakukan tidak berhubungan dengan alat statistik, namun menggunakan kerangka teori maupun rumus-rumus sebagai analisis, Adapun langkah yang digunakan sebagai berikut:

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 Vomit Cafe.
- b. Menentukan laba yang diinginkan oleh perusahaan dengan cara wawancara langsung kepada pemilik seberapa besar laba yang diinginkannya.
- c. Menghitung *target costing* dengan rumus:

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

- d. Melakukan rekayasa nilai dalam *target costing* sebagai bentuk upaya efisiensi 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.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perhitungan Biaya Produksi Menurut Perusahaan

Produk yang diambil untuk dijadikan penelitian ini adalah *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake*. Pemilihan kedua produk tersebut dikarenakan harga jualnya tergolong tinggi pada daftar menu yang tersedia pada Vomit Café, dan juga di antara kompetitor pada produk yang sama, yang menyebabkan penjualannya tergolong rendah, serta kedua produk tersebut dianggap dapat mewakili produk lainnya dalam penelitian ini. Berikut ini adalah data daftar penjualan untuk dua sampel produk, yaitu *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake* pada vomit café tahun 2021:

Tabel 2 Data Penjualan Vomit Café

Jenis Produk	Harga	Unit	Jumlah
<i>Potato Wedges</i>	Rp20.000	944	Rp18.880.000
<i>Cookies Milkshake</i>	Rp18.000	803	Rp14.454.000
Total		1.747	Rp33.334.000

Sumber: Vomit Café

Tabel 3 Pemakaian Bahan Baku Potato Wedges

Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Satuan Unit	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Per Unit)
Kentang	Rp12.000	1000 Gram	125 Gram	Rp1.500
Bumbu <i>Crispy</i>	Rp5.000	225 Gram	75 Gram	Rp1.666
Air Mineral	Rp18.000	(19.000 MI)	100 MI	Rp94
Sosis Ayam	Rp27.000	(10 Pcs)	1 Pcs	Rp2.700
<i>Parsley</i> Kering	Rp20.000	100 Gram	5 Gram	Rp1.000
Daun Selada	Rp12.000	1000 Gram	25 Gram	Rp300
<i>Mayonaise</i>	Rp42.000	1000 Gram	20 Gram	Rp840
Saus Sambal	Rp18.000	(335 MI)	25 Gram	Rp805
Saus Tomat	Rp15.000	(335 MI)	25 Gram	Rp671
Total				Rp9.576

Sumber: Vomit Café

Tabel 4 Pemakaian Bahan Baku Cookies Milkshake

Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Satuan Unit	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Per Unit)
Cookies	Rp11.000	(16Pcs)	3 Pcs	Rp2.062
Susu Kental Manis	Rp15.000	(375 MI)	30 MI	Rp1.200
Susu Cair Fullcream	Rp18.000	1 Kotak (1.000 MI)	100 MI	Rp.1.800
Gula	Rp18.000	1000 Gram	30 Gram	Rp540
Air Mineral	Rp18.000	1 Galon (19.000 MI)	200 MI	Rp189
Chocochip	Rp16.000	250 Gram	10 Gram	Rp640
Batu Es	Rp11.000	5000 Gram	50 Gram	Rp110
Jumlah				Rp6.541

Sumber: Vomit Café

Tabel 5 Biaya Bahan Baku Per Unit

Nama Menu	Biaya	Unit Produksi	Jumlah
Potato Wedges	Rp9.576	944	Rp9.039.744
Cookies Milkshake	Rp6.541	803	Rp5.252.423

Sumber: Vomit Café

Berdasarkan informasi tersebut, biaya bahan baku produk *Potato Wedges* dengan biaya produk per unit sebesar Rp9.576 dan unit yang di produksi sebanyak 944 dengan total keseluruhan biaya per produk sebesar Rp9.039.744. Sedangkan, untuk produk *Cookies Milkshake* dengan biaya produk per unit sebesar Rp6.541 dan unit yang diproduksi sebanyak 803 menghasilkan total keseluruhan biaya per produk sebesar Rp5.252.423.

Biaya tenaga kerja pada Vomit Café berdasarkan jumlah tenaga kerja langsung meliputi 3 tenaga kerja langsung, yang terdiri dari 2 orang pada *Kitchen*, dan 1 orang pada Barista. Sedangkan, tenaga kerja tidak langsung meliputi 2 orang yang masing-masing pada bagian Kasir dan *Waiter*.

Adapun dalam pembebanan biayanya, biaya tenaga kerja langsung pada Vomit Café tahun 2021 dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 6 Biaya Tenaga Kerja Vomit Café Tahun 2021

Bagian	Jumlah Karyawan	Biaya Gaji Bulanan	Biaya Gaji 1 Tahun
<i>Kitchen</i>	2	Rp3.000.000	Rp36.000.000
Barista	1	Rp1.500.000	Rp18.000.000
Total	3	Rp4.500.000	Rp54.000.000

Sumber: Vomit Café

Pada produk *Potato Wedges*, tarif biaya tenaga kerja per unit yaitu Rp2.965 dari total biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp54.000.000 dibagi dengan volume produksi sebanyak 18.211 unit. Total biaya pada produk *Potato Wedges* sebesar Rp2.799.187 dan menghasilkan persentase biaya produk *Potato Wedges* senilai 5,18% dari total biaya tenaga kerja seluruh produk yang dihasilkan.

Pada produk *Cookies Milkshake*, tarif biaya tenaga kerja per unit yaitu Rp2.965 dari total biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp54.000.000 dibagi dengan volume produksi sebanyak 18.211 unit. Total biaya pada produk *Cookies Milkshake* sebesar Rp2.381.088 dan menghasilkan persentase biaya produk *Cookies Milkshake* senilai 4,41% dari total biaya tenaga kerja seluruh produk yang dihasilkan.

Tabel 7 Biaya Overhead Vomit Café Tahun 2021

Jenis Biaya	Keterangan Biaya	Biaya
Variabel	Beban Listrik PLN	Rp6.000.000
Variabel	Beban Pengemasan	Rp1.275.500
Variabel	Beban Operasional	Rp8.392.500
Jumlah		Rp15.668.000
Tetap	Beban Gaji Tidak Langsung	Rp36.000.000
Tetap	Beban Sewa Area	Rp6.000.000
Tetap	Beban Penyusutan Bangunan	Rp1.225.000
Tetap	Beban Penyusutan Peralatan Produksi	Rp870.000
Tetap	Beban Penyusutan Peralatan Kantor	Rp1.650.000
Tetap	Beban Penyusutan Kendaraan	Rp750.000
Tetap	Beban Wifi	Rp3.300.000
Jumlah		Rp49.795.000
Total		Rp65.463.000

Sumber: Vomit Café

Berdasarkan pada data diatas, jumlah biaya variabel sebesar Rp.15.668.000 dan jumlah biaya tetap sebesar Rp49.795.000. Menghasilkan total biaya variabel dan biaya tetap selama satu tahun Vomit Café sebesar Rp.65.463.000.

Tabel 8 Biaya HPP Per Unit Produk Menurut Vomit Café Tahun 2021

Keterangan	Potato Wedges	Cookies Milkshake
Biaya Bahan Baku	Rp9.576	Rp6.541
Biaya Tenaga Kerja	Rp2.965	Rp2.965
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp3.595	Rp3.595
Total Biaya per Unit	Rp16.136	Rp13.101
Unit Produksi	944	803
Total Keseluruhan	Rp15.232.384	Rp10.520.103

Sumber: Data Primer diolah

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya bahan baku pada produk *Potato Wedges* sebesar Rp9.576 dengan biaya tenaga kerja sebesar Rp2.965, dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp3.595, total seluruh biaya per unit adalah Rp16.136 dengan jumlah unit yang diproduksi sebanyak 944, menghasilkan total biaya keseluruhan *Potato Wedges* sebesar Rp15.232.324. Biaya bahan baku untuk *Cookies Milkshake* sebesar Rp6.541 dengan biaya tenaga kerja sebesar Rp2.695, dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp3.595, total seluruh biaya per unit Rp13.101 dengan jumlah unit yang diproduksi sebanyak 803 menghasilkan total biaya keseluruhan produk *Cookies Milkshake* sebesar Rp10.520.103.

Menentukan Target Laba Per Produk

Penjualan produk yang dilakukan oleh Vomit Café pada produk *Potato Wedges* menentukan laba 30% dari harga jual yang ditetapkan sebesar Rp20.000 yaitu dengan laba Rp6.000, dan produk *Cookies Milkshake* juga ditetapkan dengan laba 30% dari harga jual yang ditetapkan perusahaan sebesar Rp18.000 yaitu dengan laba Rp5.400.

- Perhitungan target laba untuk produk *Potato Wedges*:

$$\begin{aligned} \text{Target Laba} &= \text{Harga Jual} - \text{Biaya per Unit} \\ &= \text{Rp}20.000 - (70\% \times \text{Rp}20.000) \\ &= \text{Rp}6.000 \end{aligned}$$

- Perhitungan target laba untuk produk *Cookies Milkshake*:

$$\begin{aligned} \text{Target Laba} &= \text{Harga Jual} - \text{Biaya per Unit} \\ &= \text{Rp}18.000 - (70\% \times \text{Rp}18.000) \\ &= \text{Rp}5.400 \end{aligned}$$

Menentukan Target Biaya Per Produk

- Perhitungan target biaya untuk produk *Potato Wedges*

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya} &= \text{Harga jual per unit} - \text{laba per unit} \\ &= \text{Rp}20.000 - (30\% \times \text{Rp}20.000) \\ &= \text{Rp}14.000 \end{aligned}$$

- Perhitungan target biaya untuk produk *Cookies Milkshake*

Target Biaya = Harga jual per unit – laba per unit

$$= \text{Rp}18.000 - (30\% \times \text{Rp}18.000)$$

$$= \text{Rp}12.600$$

Pada produk *Potato Wedges* didalam biaya yang ditetapkan perusahaan sebesar Rp16.136. Dalam perhitungan *target costing* diatas menyebutkan, bahwa biaya *Potato Wedges* yang dibebankan 70% yaitu sebesar Rp14.000. Biaya yang ditetapkan perusahaan pada produk *Potato Wedges* melebihi biaya yang ditetapkan *target costing*, dengan rasio biaya 80,68%.

Sedangkan pada produk *Cookies Milkshake*, didalam biaya yang ditetapkan perusahaan sebesar Rp13.101. Dalam perhitungan *target costing* diatas menyebutkan, bahwa biaya *Cookies Milkshake* yang dibebankan 70% yaitu sebesar Rp.12.600. Biaya yang ditetapkan perusahaan pada produk *Cookies Milkshake* melebihi biaya yang ditetapkan *target costing*, dengan rasio biaya 72,78%

Penerapan Target Costing

Menghitung Target Laba Per Produk

- Perhitungan target laba pada produk *Potato Wedges*

Target laba = Harga jual – Biaya per unit

$$= \text{Rp}18.000 - (70\% \times \text{Rp}18.000)$$

$$= \text{Rp}5.400$$

- Perhitungan target laba pada produk *Cookies Milkshake*

Target laba = Harga jual – Biaya per unit

$$= \text{Rp}17.000 - (70\% \times \text{Rp}17.000)$$

$$= \text{Rp}5.100$$

Menghitung Target Biaya Per Produk

- Perhitungan target biaya pada produk *Potato Wedges*

Target Biaya = Harga jual – Laba per unit

$$= \text{Rp}18.000 - (30\% \times \text{Rp}18.000)$$

$$= \text{Rp}12.600$$

- Perhitungan target biaya pada produk *Cookies Milkshake*

Target Biaya = Harga jual – laba per unit

$$= \text{Rp}16.000 - (30\% \times \text{Rp}16.000)$$

$$= \text{Rp}11.900$$

Pada perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa Vomit Café sama-sama menentukan biaya 70% dari harga jualnya pada produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake*. *Potato Wedges* dengan persentase laba 30% dari harga jualnya sebesar Rp18.000 menghasilkan biaya Rp12.600, dan pada produk *Cookies Milkshake* dengan persentase laba 30% dari harga jualnya sebesar Rp17.000 menghasilkan biaya Rp11.900

Tabel 9 Perbandingan Biaya Produksi Vomit Café Tahun 2021

Produk	Biaya Menurut Perusahaan	Biaya Menurut Target Costing	Selisih Biaya	Penghematan Biaya
<i>Potato Wedges</i>	Rp15.232.324	Rp13.216.000	Rp2.016.324	13,23%
<i>Cookies Milkshake</i>	Rp10.520.103	Rp10.117.800	Rp402.303	3,82%

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 *Potato Wedges* sebesar Rp15.232.324 dan biaya menurut target costing sebesar Rp13.216.000, mengalami selisih biaya sebesar Rp2.016.324 dengan persentase 13,23%. Perhitungan biaya menurut perusahaan pada produk *Cookies Milkshake* sebesar Rp10.520.103 dan biaya menurut target costing sebesar Rp10.117.800 memiliki selisih biaya sebesar Rp402.303 dengan persentase 3,82%.

Penutup

Kesimpulan

Penulis melakukan penelitian mengenai “Penerapan *Target Costing* dalam Penetapan Harga Jual dan Efisiensi Biaya Produksi pada Vomit Café Tahun 2021” penulis menarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Sebelum menggunakan metode *target costing*, Vomit Café masih menggunakan metode tradisional dalam menetapkan harga jualnya dengan tahapan menghitung biaya produksi terlebih dahulu, lalu kemudian menghitung harga jualnya. Pada awalnya Vomit Café menetapkan harga *Potato Wedges* sebesar Rp20.000 dengan biaya sebesar Rp16.136 dan persentase biaya 80,68%. Produk *Cookies Milkshake* ditetapkan harga jualnya sebesar Rp18.000 dengan biaya sebesar Rp13.101 dan persentase biaya 72,78%.
2. Vomit Café dalam menentukan harga jualnya ingin menetapkan biaya produksi sebesar 70% dan laba 30%. Setelah menerapkan metode *target costing* dengan opsi melakukan rekayasa nilai, memiliki penetapan harga jual yang baru dan dinilai lebih efisien. Pada produk *Potato Wedges* penetapan harga jualnya menjadi Rp18.000 dengan biaya sebesar Rp12.585 dan persentase biaya 69,91%. Pada produk *Cookies Milkshake* penetapan harga jualnya menjadi Rp17.000 dengan biaya sebesar Rp11.893 dan persentase biaya 69,95%.
3. Penerapan *target costing* menjadi metode yang tepat dalam pengurangan biaya yang akan mempengaruhi harga jualnya, selisih yang dihasilkannya juga cukup efisien dibandingkan dengan

sebelum menggunakan metode *target costing*. Selisih yang didapat pada produk *Potato Wedges* sebesar Rp3.551 dengan persentase penghematan biaya 22%. Pada produk *Cookies Milkshake* memiliki selisih sebesar Rp1.208 dengan persentase penghematan biaya 9,22%

Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Penerapan *Target Costing* dalam Penetapan Harga Jual dan Efisiensi Biaya Produksi pada Vomit Café Tahun 2021”, 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 akuntansi dan dapat menjadi masukan dan perbandingan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian dalam menerapkan *target costing*. Sehingga penelitian selanjutnya dapat memberikan hasil yang lebih baik.

- b. Saran untuk Kegunaan Praktis

1. Vomit Café 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. Vomit Cafe 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. Vomit Cafe harus lebih memilih dalam pemilihan 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 tetap memiliki kualitas yang sesuai dengan standar dan sesuai dengan pangsa pasar yang dilakukan.
3. Vomit Café sebaiknya juga memperhatikan aspek-aspek seperti kepuasan dari pelanggan. Pelanggan memegang peranan yang sangat penting dalam meningkatkan keuntungan perusahaan. Jika pelanggan merasa puas dengan hasil produksi hal ini dapat mendorong peningkatan penjualan perusahaan.

Daftar Pustaka

- Aripin, Z. & Padma R. 2021. *Akuntansi Manajemen*. Penerbit Deepublish. Yogyakarta ISBN Elektronik: 978-623-02-3534-4
- Ayu, D. S., Suhendro, S., & Wijayanti, A. 2022. *Analisis Penerapan Target Costing dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Singleface pada PT. Hilal Gemilang* Khair. Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 10(1), 397-407.
- Budiarso, N. S. 2018. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi*. Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi, 13(03).
- Darya, P. 2019. *Akuntansi Manajemen*. Ponorogo. Penerbit Uwais Inspirasi Indonesia. ISBN: 978-623-227-076-3
- Dewi, N., Abdurrahman, M. A., & Hamzah, S. (2015). *Studi Penggunaan Metode EVM (Earned Value Management) Pada Pengendalian Biaya Dan Waktu Pada Proyek Pembangunan Mall Grand Daya Square*. Skripsi pada Universitas Hasanuddin.
- Faradela, N., Anggraeni, I., & Noviantoro, R 2022. *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual pada Usaha Tempe Makmur Jaya Tebeng Kota Bengkulu*. Jurnal Media Wahana Ekonomi. Universitas PGRI Palembang ISSN: 1693-4091
- Firmansyah, D., Saepuloh, D., & Susetyo, P. 2020. *Akuntansi Manajemen: Informasi dan Alternatif untuk Pengambilan Keputusan*. PT.Bidara Cendekia Ilmi Nusantara. Banten. ISBN: 9-786239-436940
- Hariato, M. Udin. 2014. *Analisis Penerapan Target Costing dalam Penetapan Harga Jual untuk Mengoptimalkan Laba Perusahaan: Studi kasus pada UD Al-Amin*. Skripsi. Malang. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
- Hariyani, D.S 2018. *Akuntansi Manajemen: Teori dan Aplikasi*. Aditya Media Publishing. Malang. ISBN: 978-602-52843-1-1
- Herianto, D. A. 2020. *Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi (Studi Kasus Pada UD. Winda Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan)*. Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 9 (2).

- Hidayat, M. S. 2021. *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing pada CV. Sentral Percetakan di Kabupaten Lumajang*. Skripsi. Lumajang. Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama
- Indriani, C., Taufiq, A. B., & Rahmi, A. 2021. *Analisis Penerapan Target Costing dalam Perencanaan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba pada UKM Hidup Baru Steel Tahun 2017*
- Irtiningtyas, N.C. 2018. *Penerapan Target Costing dalam Upaya Efisiensi Biaya pada produk Keripik Belut Daun Singkong Berbasis Online di CV. Cita Mandiri Kota Batu*. Skripsi. Malang. Universitas Brawijaya
- Kholidah, A. D. 2017. *Analisis penetapan harga jual berbasis target costing dalam pengembangan produk pada PT Duta Palladium Development Gresik*. Skripsi. Malang. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
- Kurniawan, S. D. 2018. *Analisis Efisiensi Biaya Produksi Dengan Metode Target Costing Pada Produk Keripik Singkong Berbasis Online di Ud. New Sehati, Kabupaten Mojokerto* Skripsi. Malang. Universitas Brawijaya
- Moray, J.C. 2014. *Penentuan Harga Jual dengan Cost Plus Pricing menggunakan Pendekatan Full Costing pada UD Gladys Bakery*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 2(2)
- 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*. Skripsi. Malang. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
- Pricilia, P., Sondakh, J. J., & Poputra, A. T. (2014). *Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Pada UD. Martabak Mas Narto di Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2(2).
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen: Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta. Erlangga. ISBN: 9786022415305
- Puspitasari, M. 2021. *Implementasi Target Costing dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba (Studi Kasus pada CV. SE2 Toys)*. Skripsi. Bogor. Universitas Pakuan
- Setiadi, P. 2014. *Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual pada CV.Minahasa Mantap Perkasa*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 14(2).
- Sibanariba, M. I. 2018. *Analisis Efisiensi Biaya Produksi Dengan Metode Target Costing Pada Produk Tahu di Ud. 3's Prima Kota Batu*. Skripsi. Malang. Universitas Brawijaya.
- Wardiyanta, W., & Septiyani, R. (2019). *Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Layanan Program Studi Bisnis Jasa Makanan FEB-UAD*. Journal of Food and Culinary, 2(2), 55-78.
- Wauran, D. 2016. *Analisis penentuan harga pokok produk dan penerapan cost plus pricing method dalam rangka penetapan harga jual pada rumah makan soto rusuk Ko'Petrus Cabang Megamas*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 4(2).