

ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI

Emma Oktaviana Utami¹

emaoktavia841@gmail.com

¹Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

Ayudia Sokarina²

ayudia.sokarina@unram.ac.id

²Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

Adhitya Bayu Suryantara³

adhityabayus@unram.ac.id

³Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *target costing* di produsen tahu dan tempe, UD Kurnia. Penelitian ini menggunakan desain riset studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi langsung dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi yang terdiri dari triangulasi sumber dan triangulasi teknik dan mengadakan *membercheck*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *target costing* dapat diterapkan pada UD. Karunia untuk menetapkan harga pokok produksi perusahaan dan dapat menjadi alat untuk mengoptimalkan laba yang diinginkan perusahaan. *Target costing* di UD. Karunia dapat dicapai dengan *value engineering* yaitu dengan beberapa cara, yaitu: pertama, mengganti bahan baku tidak langsung buatan sendiri dengan bahan baku tidak langsung siap pakai. Kedua, mengubah jumlah karyawan bagian produksi. Ketiga, memperbaiki pencatatan sistem akuntansi. Dengan melakukan *value engineering* UD. Karunia dapat menekan biaya produksi, dari Rp 43,865,000 menggunakan metode tradisional menjadi Rp 43,190,500 dengan *target costing*, sehingga perusahaan dapat menghemat biaya produksi sebesar Rp 674,500.

Kata Kunci: Harga pokok produksi, laba, *target costing*, *value engineering*

ABSTRACT

This study aims to analyze the application of target costing in tofu and tempeh producers, UD Kurnia. This research uses a case study research design. Data collection techniques were carried out through interviews, direct observation and documentation. Data analysis in this study uses triangulation which consists of triangulation of sources and triangulation of techniques and conducting member checks. The results showed that the application of target costing can be applied to UD. Karunia to set the company's cost of production and can be a tool to optimize the company's desired profit. Target costing at UD. Karunia can be achieved by value engineering, namely in several ways, namely: first, replacing homemade indirect raw materials with ready-to-use indirect raw materials. Second, changing the number of employees in the production department. Third, improve the recording of the accounting system. By doing value engineering UD. Karunia can reduce production costs, from Rp. 43,865,000 using traditional methods to Rp. 43,190,500 with target costing, so the company can save production costs of Rp. 674,500.

Keywords: *cost of goods sold, profit, target costing, value engineering*

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian di Indonesia tumbuh dengan pesat. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat dalam dunia usaha. Persaingan bukan hanya terjadi pada perusahaan-perusahaan besar saja tetapi juga terjadi pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menghadapi persaingan usaha yang semakin keras dan ketat, UMKM dituntut untuk memiliki strategi bisnis supaya tetap bisa bertahan dalam berproduksi. Kondisi tersebut menyebabkan berbagai UMKM berlomba-lomba menciptakan produk yang berkualitas. Tetapi seiring dengan banyaknya produk kualitas setara beredar dipasar, konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk yang mereka beli. Konsumen akan memperhitungkan barang atau jasa berkualitas dengan harga yang wajar. Hal tersebut menjadi tuntutan bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terutama UMKM di daerah Lombok Timur untuk selalu melakukan inovasi baru dalam produknya. Salah satu UMKM yang banyak tersebar di daerah Lombok Timur terutama di kecamatan Masbagik yaitu UMKM yang bergerak dalam pembuatan tahu dan tempe.

Tahu dan tempe merupakan salah satu bahan makanan pokok seluruh masyarakat Indonesia. Dikutip dari Setiawan (2021), BPS mencatat terdapat 160 ribu unit produsen tahu dan tempe yang tersebar di seluruh Indonesia. Menjamurnya produsen tahu dan tempe mengakibatkan kebutuhan bahan baku kedelai semakin meningkat (Karnadi 2022). Menurut Karnadi (2022) para perajin tahu dan tempe menyebutkan harga tahu dan tempe akan naik, salah satu faktornya adalah kenaikan harga kedelai impor yang sudah cukup tinggi. Hal tersebut disebabkan karena produksi kedelai dalam negeri belum mampu memenuhi kebutuhan domestik pertahun, sehingga untuk memenuhi kebutuhan tersebut Indonesia harus mengimpor kedelai dari negara lain. Dikutip dari Mahdi (2022), Badan Pusat Statistik mencatat Indonesia mengimpor kedelai sebanyak 2,49 juta ton dengan nilai US\$1,48 miliar pada 2021.

Persoalan yang dihadapi produsen tahu dan tempe akan semakin kompleks, terutama dalam masalah pengendalian biaya produksi yang berpengaruh terhadap harga jual produk yang ditentukan oleh perusahaan. Harga jual ditentukan oleh perusahaan dengan memperhatikan berbagai faktor dan kondisi lingkungan di masing-masing perusahaan. Perusahaan sering mengalami dilema dalam penetapan harga jual produk maupun jasa yang dijualnya. Di satu sisi perusahaan menetapkan harga jual kompetitif dipasar untuk memenangkan persaingan. Sedangkan di sisi lain perusahaan mengharapkan tercapainya laba yang sudah ditentukan melalui harga jual tersebut. Jika perusahaan tidak dapat mengendalikan biaya produksi yang dikeluarkan, maka biaya produksi akan membengkak dan menyebabkan harga jual semakin tinggi. Akibatnya konsumen akan beralih ke produk maupun jasa dengan harga yang lebih murah namun dengan kualitas yang sama. Oleh karena itu, dalam penentuan harga jual dibutuhkan metode yang tepat agar perusahaan dapat bertahan dalam usahanya. *Target costing* menjadi salah satu langkah yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam menghadapi atau untuk mengantisipasi adanya permasalahan tersebut.

Penelitian ini sendiri akan mengambil *setting* pada UD. Karunia di Kecamatan Masbagik, Kabupaten Lombok Timur. UD. Karunia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur, perusahaan ini memproduksi tahu dan tempe yang berdiri sejak tahun 2000. Usaha manufaktur tersebut dapat memperoleh pendapatan kurang lebih Rp800.000.000 dalam satu tahun. Seperti kebanyakan pelaku usaha mikro kecil menengah, UD Karunia masih menggunakan metode biaya tradisional untuk menetapkan harga jual produknya. Sistem biaya tradisional yaitu sistem perhitungan biaya berdasarkan jumlah unit yang diproduksi, dimana mengalokasikan biaya overhead pabrik pada jam tenaga kerja langsung, jam kerja mesin, dan biaya bahan baku sesuai volume produksi. Dikarenakan masing-masing produk menghasilkan biaya overhead pabrik yang berbeda-beda maka saat menentukan harga pokok produksi sering terjadi distorsi atau kesalahan saat menentukan harga pokok produksi per unit.

Pada kasus ini, peneliti bermaksud menerapkan *target costing* pada UD. Karunia yang belum menggunakan metode tersebut. Melalui *target costing* nantinya dapat diketahui berapa selisih biaya produksi yang dianggarkan dengan biaya produksi yang terjadi dan memungkinkan perusahaan mencapai keuntungan. Dalam penggunaan metode *target costing* akan ditetapkan untuk meminimalisir atau mengurangi biaya produksi pada tahap perencanaan agar dapat mengoptimalkan perolehan laba perusahaan. Harapan penerapan metode *target costing* dapat menjadi terobosan bagi pelaku usaha UD. Karunia untuk melakukan efisiensi biaya produksi yang pastinya berpengaruh terhadap harga jual produk di pasaran, sehingga produk dapat bersaing dengan produk sejenis di pasar.

KAJIAN TEORI

Teori Keunggulan Kompetitif

Dikutip dari Rita (2019) Michael Porter (1985) dalam Awwad (2013) menyatakan bahwa keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama. Isu tentang keunggulan bersaing menjadi sangat populer setelah Porter mengembangkan konsep tersebut. Keunggulan kompetitif berasal dari kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan kekuatan internalnya untuk merespon peluang lingkungan eksternal sambil menghindari ancaman eksternal dan kelemahan internal (Mooney, 2017). Keunggulan bersaing merupakan suatu proses dinamis bukan sekedar dilihat sebagai hasil akhir. Hal ini dikarenakan keunggulan bersaing berasal dari banyaknya aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya. Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan suatu kondisi yang dimiliki perusahaan dimana melebihi pesaingnya (Rita 2019).

Target Costing

Menurut Hematfar et al (2011) *target costing* merupakan bagian dari proses akuntansi manajemen yang mengumpulkan, mengklasifikasikan, meringkas, menganalisis dan melaporkan jenis khusus informasi akuntansi manajemen (yaitu informasi *target costing*) yang digunakan untuk mewujudkan bentuk khusus dari pengendalian manajemen (yaitu untuk mendorong manajemen biaya produksi dari produk masa depan). Oleh karena itu, Hematfar et al (2011) mendefinisikan *target costing* sebagai proses penentuan target biaya untuk produk masa depan di awal proses pengembangan produk baru dan mendukung pencapaian target biaya ini selama proses pengembangan produk baru, dengan memberikan informasi *target costing* untuk memotivasi manajer perusahaan untuk mewujudkan manajemen biaya produksi, produk masa depan untuk mengamankan profitabilitas produk dari produk baru ketika diluncurkan.

Dapat disimpulkan *target costing* adalah suatu sistem akuntansi biaya yang menyediakan informasi bagi manajemen perusahaan, untuk memantau kemajuan yang dibuat dalam menerapkan target biaya untuk mengurangi biaya produksi perusahaan dan untuk mendapatkan laba yang diinginkan. Target biaya untuk pembuatan produk dapat dihitung dengan cara mengurangi harga pasar dengan keuntungan yang diinginkan perusahaan sebagai berikut:

$$\text{Target costing} = \text{Harga pasar} - \text{Laba yang diinginkan perusahaan}$$

Menurut Witjaksono dalam bukunya yang berjudul akuntansi biaya (2013:175) manfaat utama *target costing* adalah penetapan harga pokok produk sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan dapat tercapai.

target costing memperhatikan hal-hal berikut:

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

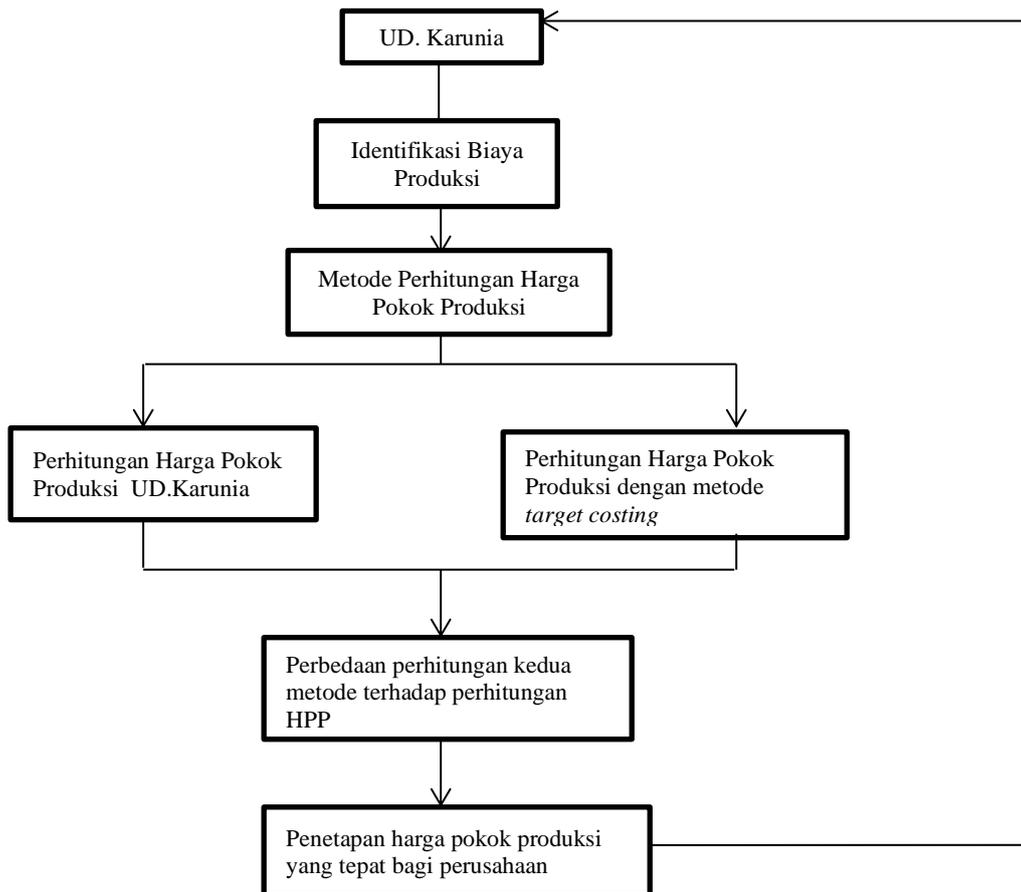
Rekayasa Nilai (*Value Engineering*)

Menurut Witjaksono (2013:182) rekayasa nilai yaitu bertujuan untuk meningkatkan manfaat (*value*) produk bagi pelanggan. Sedangkan menurut Shinta, (2016) rekayasa nilai merupakan alat analisis strategik yang digunakan untuk memahami keunggulan kompetitif secara lebih baik dengan mengidentifikasi di mana nilai bagi pelanggan dapat ditingkatkan dan di mana biaya dapat diturunkan. Terdapat dua aktivitas dalam rekayasa nilai yaitu mengidentifikasi komponen untuk mengurangi biaya dan menghasilkan ide pengurangan biaya. Rekayasa nilai digunakan untuk menurunkan biaya produk dengan cara menganalisis “*trade-off*” antara (1) jenis dan level yang berbeda dalam fungsionalitas produk dan (2) biaya produk total. Langkah awal yang dilakukan adalah analisis konsumen terhadap produk baru atau produk yang telah direvisi selama tahap desain. Analisis konsumen mengidentifikasi preferensi konsumen yang kritis / penting yang dapat mendefinisikan fungsionalitas produk baru yang diharapkan jenis rekayasa nilai yang digunakan pada perusahaan antara lain:

- a) Analisis Fungsional adalah bentuk umum dari rekayasa nilai untuk pengkajian kinerja dan biaya dari masing-masing fungsi atau ciri utama produk, contoh: mobil, software komputer, kamera, telpon seluler; fungsionalitasnya relatif mudah ditambahkan atau dikurangi.
- b) Analisis Desain merupakan bentuk umum dari rekayasa nilai untuk produk dalam produk-produk industri dan produk khusus. Tim desain menyiapkan beberapa desain produk yang mungkin, masing-masing mempunyai keistimewaan yang serupa yang mempunyai tampilan dan biaya yang berbeda.

Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir dalam penelitian ini merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Adapun masalah yang penting dalam penelitian ini adalah penerapan *target costing* dalam efisiensi penentuan harga pokok produksi. Berdasarkan uraian diatas, gambaran penelitian ini yang mengangkat penelitian mengenai Analisis Penerapan *Target Costing* dalam Penentuan Harga Pokok Poduksi. Berikut merupakan gambaran kerangka berpikir dari penelitian ini.



Gambar 2 Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian dilakukan secara langsung dilokasi penelitian. Hal tersebut didasarkan pada tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi menggunakan *target costing*. Tempat penelitian adalah tempat peneliti menemukan data-data dan fakta atau keadaan sebenarnya dari subjek penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Penelitian ini dilaksanakan di UD. Karunia yang ber-alamat di Desa Danger, Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. Dengan kurun waktu penelitian selama bulan Juli 2022. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dilengkapi dengan dokumentasi.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara personal (*personal interview*) dengan menggunakan tatap muka langsung dengan responden. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan bertanya langsung kepada pemilik perusahaan terkait data penjualan, dan informasi lain yang berkaitan dengan masalah penelitian seperti pangsa pasar produk yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan Dokumentasi merupakan catatan peristiwa masa lalu. Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan catatan, transkrip, atau buku tentang gambaran umum perusahaan dan data keuangan perusahaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi dan mengadakan *membercheck*, triangulasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber berfungsi untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yang telah ditentukan oleh peneliti dimana dalam penentuannya berdasarkan keterkaitannya dengan penelitian. Sedangkan triangulasi teknik

dilakukan untuk menguji kreadibilitas dan dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda, dimana teknik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

UD. Karunia merupakan perusahaan tahu dan tempe yang berawal dari bisnis rumahan pada tahun 2000. Awalnya tujuan didirikan usaha dagang tersebut hanya untuk memperbaiki kebutuhan ekonomi pemilik, H.Kaharudin selaku pemilik usaha dagang tersebut memulai usaha hanya dari bermodalkan ruangan dapur di tempat tinggal Bapak H.Kaharudin di Desa Danger, Masbagik, Lombok Timur, dan produknya hanya dipasarkan dari rumah kerumah dengan menggunakan sepeda motor. Tahu dan tempe hasil produksi Bapak H.Kaharudin mulai dikenal dan diterima oleh pasar karena pada saat itu Bapak H.Kaharudin menjadi pelopor pertama yang memproduksi tahu dan tempe di Desa Danger, Kecamatan Masbagik, Kabupaten Lombok Timur. Seiring berjalannya waktu terjadi peningkatan jumlah permintaan akan produk yang dihasilkan, membuat Bapak H.Kaharudin melakukan peningkatan produksi dan peningkatan modal dengan meminjam uang pada Bank, untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat. Melihat peluang tersebut H. Kaharudin selaku pemilik usaha dagang tersebut melakukan inisiatif mendirikan pabrik yang diberinama UD. Karunia dengan memperkerjakan warga sekitar dengan memberikan upah mingguan, dan saat ini telah memiliki 10 karyawan yang terdiri dari 6 karyawan produksi tahu dan 4 karyawan produksi tempe.

Hasil Penelitian

UD. Karunia memproduksi dua jenis produk, yaitu tahu dan tempe. Jenis-jenis biaya produksi yang di keluarkan UD. Karunia untuk memproduksi tahu dan tempe meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Hasil wawancara yang telah dilakukan maka dapat diuraikan bahwa dalam penentuan harga pokok produksi Usaha Dagang Karunia masih menggunakan metode yang sederhana dan masih melakukan pembukuan yang sederhana dalam mencatat pengeluaran dan pendapatan perusahaan hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman pemilik terkait pembukuan akuntansi yang benar, seperti yang di ungkapkan oleh Bapak Ahmad Faizin selaku pengelola UD. Karunia:

“iya, Alhamdulillah, sejak dulu kita ia tentukan dari awalnya sudah itu, maksudnya waktu naik kedelai ia imbasnya ke kita, kita untungya lebih sedikit. Untuk pencatatan juga ia kita cuma melakukan pencatatan seadanya”(Ahmad Faizin, wawancara 03 Agustus 2022).

Sehubungan dengan hal diatas UD. Karunia juga sering mengalami kendala dalam menetapkan harga jual produknya yang disebabkan oleh kenaikan harga kedelai dan persaingan pasar yang semakin ketat.

“iya, harga kedelai sekarang semakin naik, karena kan kita memakai kedelai impor jadi ia tergantung penukaran dollar, sekarangkan dollar juga naik jadi harga kedelai juga naik, eh iya tapi kemarin kan ada namanya kedelai subsidi tapi sedikit kedelai subsidinya hehehe (*ketawa menyeringai*) gak banyak, paling berapa, 300 tapi namanya kita usaha ya harus kita ambil. Apalagi banyak pesaing juga sekarang. Dulu kan kita pendiri pertama, tapi sekarang di dusun ini aja udah tiga eh empat. Untuk untungya juga ia paling (*sambil berpikir*) sekitar 12% sudah, enggak banyak soalnya sekarang sedikit enggak kaya dulu” (Miftahul Jannah, wawancara 15 Agustus 2022)

Penjelasan Bapak Ahmad Faizin dan Ibu Miftahul jannah, membuktikan bahwa adanya dilema dalam penetapan harga jual produk Usaha Dagang Karunia. Dimana, disatu sisi perusahaan dihadapkan terkait kenaikan harga bahan baku utama pembuatan tahu dan tempe yang melonjak tinggi dan di sisi lainnya perusahaan juga dihadapkan oleh persaingan usaha yang semakin ketat. Jika perusahaan menaikkan harga maka adanya kemungkinan konsumen akan beralih ke pesaing yang menjual produk serupa dan menetapkan harga jual yang lebih rendah dari Usaha Dagang Karunia. Sedangkan di satu sisi juga adanya keinginan tersendiri dari pemilik Usaha Dagang Karunia untuk memperoleh laba sesuai target perusahaan. Namun, melihat kondisi yang ada memungkinkan adanya kesulitan untuk memperoleh target laba sesuai keinginan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh ringkasan data produksi dari UD. Karunia sebagai berikut:

Tabel 1 Ringkasan Data Produksi UD.Karunia Juli 2022

Jenis Produk	Unit Produksi	BBB (Rp)	BTKL
Tahu	6,000	Rp 36,000,000	Rp 4,200,000
Tempe	640	Rp 10,800,000	Rp 756,000

Sumber: Hasil wawancara UD.Karunia

Adapun rincian biaya overhead pabrik yang dikeluarkan UD. Karunia selama bulan Juli tahun 2022 adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Daftar Biaya Overhead Pabrik Tahu per Bulan

Jenis Biaya	Jumlah
Cuka Tahu/Air Garam	Rp 500,000
Biaya Listrik dan Air (air masih menggunakan air sumur)	Rp 295,000
Biaya Angkut (Pertalite dan 2 orang karyawan bag. pengirim)	Rp 124,950
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung (karyawan pembantu 1 orang)	Rp 500,000
Biaya bahan bakar mesin penggiling kedelai	Rp 360,000
Biaya Bahan Bakar	Rp 1,560,000
Depresiasi mesin produksi (genset mesin penggiling kedelai)	Rp 450,000
Jumlah	Rp 3,789,950

Sumber: Hasil wawancara UD. Karunia

Tabel 3 Daftar Biaya *overhead* Pabrik Tempe per Bulan

Jenis Biaya		Jumlah
Ragi Tempe	Rp	54,000
Tepung Tapioka	Rp	16,000
Biaya Listrik dan Air (air masih menggunakan air sumur)	Rp	295,000
Biaya Angkut (Peralite dan 2 orang karyawan bag. pengirim)	Rp	25,050
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung (karyawan pembantu 1 orang dalam pengayakan kedelai)	Rp	150,000
Biaya Bahan Bakar Plastik Tempe	Rp	1,404,000
	Rp	450,000
Jumlah	Rp	2,394,050

Sumber: Hasil wawancara UD. Karunia

Analisis Metode Tradisional

UD. Karunia masih menggunakan metode yang sederhana dalam menentukan harga jual produknya. Berdasarkan hasil wawancara usaha dagang tersebut menentukan harga jual dari produk yang dihasilkan hanya dengan melihat kondisi pasar dengan terjun langsung di salah satu pasar yang menjadi tujuan pemasaran produknya. Harga jual yang dihasilkan akan ditentukan berdasarkan kemampuan konsumen dan harga yang ditawarkan oleh pesaing di pasaran. Penentuan biaya produksi dengan metode tradisional yang diterapkan pada UD. Karunia yaitu meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Tabel 4 Biaya Produksi Tahu UD. Karunia

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp	36,000,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp	4,200,000
Biaya Overhead Pabrik	Rp	3,789,950
Jumlah	Rp	43,989,950

Sumber: Hasil wawancara UD. Karunia

Tabel 5 Biaya Produksi Tempe UD. Karunia

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp	10,800,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp	756,000
Biaya Overhead Pabrik	Rp	2,394,050
Jumlah	Rp	13,950,050

Sumber: Hasil wawancara UD. Karunia

Menurut teori, perhitungan yang dilakukan oleh usaha dagang tersebut masih kurang tepat. Hal tersebut dikarenakan biaya pengiriman yang merupakan komponen biaya operasional tidak bisa dijadikan sebagai salah satu komponen dalam menghitung jumlah biaya overhead produksi, tetapi menjadi komponen dalam perhitungan laba rugi perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka perbaikan yang peneliti sarankan adalah sebagai berikut:

Tabel 6 Biaya Produksi Tahu dengan Metode Tradisional Setelah Disesuaikan dengan Teori yang Berlaku Umum

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp	36,000,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp	4,200,000
Biaya Overhead Pabrik	Rp	3,665,000
Jumlah	Rp	43,865,000

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Tabel 7 Biaya Produksi Tempe dengan Metode Tradisional Setelah Disesuaikan dengan Teori yang Berlaku Umum

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp	10,800,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp	756,000
Biaya Overhead Pabrik	Rp	2,369,000
Jumlah	Rp	13,925,000

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Tidak hanya itu, usaha dagang tersebut hendaknya juga melakukan pencatatan laba rugi agar dapat mengetahui pendapatan riil yang didapatkan setiap harinya. Berikut adalah laporan laba rugi yang bisa digunakan oleh UD. Karunia.

Tabel 8 Laba Rugi Produksi Tahu UD. Karunia Menggunakan Metode Tradisional

UD. Karunia Laporan Laba-Rugi (Tahu)	
Penjualan	Rp 50,793,000
Dikurangi :	
Harga Pokok Penjualan	Rp 43,865,000
Laba Kotor atas Penjualan	Rp 6,928,000
Dikurangi :	
Biaya Operasional	Rp 74,950
Biaya Gaji Karyawan Pengirim	Rp 50,000
Laba Sebelum Pajak	Rp 6,803,050

Sumber: Data diolah peneliti

Tabel 9 Laba Rugi Produksi Tempe UD. Karunia Menggunakan Metode Tradisional

UD. Karunia Laporan Laba-Rugi (Tempe)	
Penjualan	Rp 14,625,000
Dikurangi :	
Harga Pokok Penjualan	Rp 13,925,000
Laba Kotor atas Penjualan	Rp 700,000

Dikurangi :		
Biaya Operasional & Biaya Gaji		
Karyawan Pengirim	Rp	25,050
		<hr/>
Laba Sebelum Pajak	Rp	674,950
		<hr/>

Sumber: Data diolah peneliti

Pembahasan

Penerapan Target Costing Dalam Menentukan Biaya Produksi Pada UD. Karunia

1. Menganalisis Harga Pasar

Analisa harga dilakukan untuk menambah informasi pada tahap selanjutnya agar memberikan kemudahan dan gambaran tentang daya saing yang dimiliki oleh usaha dagang tersebut.

Tabel 10 Daftar harga jual tahu UD. Karunia dan Pesaing

No.	Nama	Harga
1	Usaha Dagang Tahu dan Tempe	800/tahu
2	Tahu Tanggak	1,000/tahu
3	Tahu UD. Karunia	1,000/tahu

Sumber: Hasil analisis harga persaingan

Hasil analisa dan perbandingan harga tahu yang dihasilkan oleh usaha dagang tahu Karunia dengan harga yang ditawarkan pesaing di pasaran yaitu Usaha Dagang Tahu dan Tempe, dan Tahu tanggak terdapat perbedaan. Tahu tanggak dan Tahu Karunia memiliki harga yang sama dan sangat memungkinkan untuk bersaing, namun jika dibandingkan dengan Usaha Dagang Tahu dan Tempe, harga yang ditawarkan Tahu Karunia masih lebih tinggi.

Berdasarkan pengamatan penulis, kemampuan pasar cenderung menginginkan harga murah dengan kualitas produk yang baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan situasi kemampuan pasar tersebut usaha dagang tahu Karunia memiliki dua pilihan agar dapat lebih bersaing lagi di pasaran yaitu dengan menurunkan harga atau tetap bertahan dengan harga yang ada saat ini.

Tabel 11 Daftar Harga Jual Tempe UD. Karunia

No.	Nama	Harga
1	Usaha Dagang Karunia	1428/tempe
2	Harga Pasar	2000/tempe

Sumber: Hasil analisis harga pasaran

Hasil analisis dan perbandingan harga tempe yang dihasilkan oleh UD. Karunia dengan harga pasaran menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh UD. Karunia sudah mencapai *competitive advantif* maka dari itu tidak perlu dilakukannya penerapan *target costing* karena sudah berada di posisi *cost leadership*.

2. Menentukan Laba yang Diharapkan Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti target laba yang diharapkan oleh UD. Karunia adalah 15%.

3. Menghitung Target Biaya

$$\text{Target Cost} = P - L$$

Keterangan:	TC	= Target Cost (target biaya)
	P	= harga jual
	L	= Target laba

Jika formula tersebut dipraktekkan pada UD. Karunia, maka:

$$TC = \text{Rp}50,793,000 - (15\% \times \text{Rp} 50,793,000)$$

$$TC = \text{Rp} 50,793,000 - \text{Rp} 7,618,950$$

$$TC = \text{Rp} 43,174,050$$

4. Rekayasa Nilai (Value Engineering)

- Pertama, UD. Karunia hendaknya mengganti cuka tahu dengan asam cuka siap pakai dengan kuantitas 150 ml setiap botol dengan harga Rp 3,150 per botol dengan standar pemakaian sebanyak 30 ml untuk sekali masak. Sehingga dalam sekali produksi, asam cuka yang dibutuhkan adalah sebanyak 900 ml atau sekitar 6 botol. Dengan menggunakan cuka tahu yang siap pakai maka proses produksi pada usaha dagang tersebut nantinya akan berjalan lebih efisien. Hal tersebut dikarenakan usaha dagang tersebut tidak perlu lagi membuat sendiri cuka yang digunakan sebagai bahan penolong dalam pembuatan tahu.
- UD. Karunia hendaknya tidak menggunakan karyawan pembantu bagian produksi karena bisa menyebabkan pembengkakan biaya, jika ada karyawan pembantu bagian produksi hendaknya UD. Karunia meningkatkan kapasitas produksinya.

Tabel 12 Rincian Biaya *Overhead* Pabrik setelah dilakukan Rekayasa Nilai / Bulan

Jenis Biaya	Jumlah
Cuka Tahu masak	Rp 378,000
Biaya Listrik dan Air (air masih menggunakan air sumur)	Rp 295,000
Biaya Bahan Bakar Masakan	Rp 1,560,000
Biaya Bahan Bakar Mesin Penggiling	Rp 360,000
Depresiasi mesin produksi (pompa air dan mesin penggiling kedelai)	Rp 397,500
Jumlah	Rp 2,990,500

Tabel 13 Biaya Produksi Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp	36,000,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp	4,200,000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp	2,990,500
Jumlah	Rp	43,190,500

Tabel 14 Perbandingan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Tradisional dengan Metode *Target costing*

Keterangan	Metode		Selisih
	<i>Target Costing</i>	Tradisional	
BBB	Rp 36,000,000	Rp 36,000,000	
BTK	Rp 4,200,000	Rp 4,200,000	
BOP	Rp 2,990,500	Rp 3,665,000	
Jumlah	Rp 43,190,500	Rp 43,865,000	Rp (674,500)

Tabel 15 Laba-Rugi UD. Karunia dengan Menggunakan metode tradisional

UD. Karunia Laporan Laba-Rugi	
Penjualan	Rp 50,793,000
Dikurangi :	
Harga Pokok Penjualan	Rp 43,865,000
Laba Kotor Atas Penjualan	Rp 6,928,000
Dikurangi :	
Biaya Operasional	Rp 74,950
Beban Gaji Karyawan Pengirim	Rp 50,000
Laba Sebelum Pajak	Rp. 6,803,050

Tabel 16 Laba-Rugi UD. Karunia dengan Menggunakan *Target Costing*

UD. Karunia Laporan Laba-Rugi	
Penjualan	Rp 50,793,000
Dikurangi :	
Harga Pokok Penjualan	Rp 43,190,500
Laba Kotor Atas Penjualan	Rp 7,602,500
Dikurangi :	
Biaya Operasional	Rp 74,950
Beban Gaji Karyawan Pengiriman	Rp 50,000
Laba Sebelum Pajak	Rp 7,477,550

Kesimpulan

Pertama berdasarkan perhitungan, terlihat bahwa *target costing* dapat diterapkan pada UD. Karunia yang dapat digunakan sebagai dasar perhitungan biaya produksi. Perhitungan

menggunakan metode *target costing* menghasilkan harga pokok produksi Rp43,190,500 dibandingkan dengan harga pokok produksi menggunakan metode tradisional yaitu Rp43,865,000. Perhitungan menggunakan metode *target costing* melalui *value engineering* untuk mencapai efisiensi biaya di UD. Karunia dapat berpengaruh positif terhadap penurunan biaya produksi sebesar Rp 674,500 sehingga dapat digunakan untuk menentukan harga jual kompetitif di pasar. Kedua produk tempe yang dihasilkan UD. Karunia tidak perlu dilakukannya perhitungan *target costing* karena sudah memenuhi target pasar (*competitive adventif*). Ketiga penerapan *target costing* berpengaruh positif terhadap target laba perusahaan dengan menciptakan biaya produksi yang lebih efisien dalam proses produksi, sehingga laba yang di targetkan dapat tercapai. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan metode *target cost*, perusahaan akan memperoleh keuntungan sebesar Rp7,477,550 per bulan, sedangkan dengan menggunakan metode tradisional perusahaan dagang tersebut hanya dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp 6,803,050.

Keterbatasan dan Saran

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu perusahaan tidak memiliki catatan yang lengkap atas pengeluaran terkait biaya produksi sehingga data yang diperoleh lebih banyak dari hasil wawancara.

Saran

Saran bagi perusahaan yaitu berdasarkan kesimpulan ada beberapa hal yang dapat dilakukan UD. Karunia dalam penentuan harga pokok produksi dan peningkatan efisiensi biaya produksi ataupun peningkatan laba perusahaan sesuai target yang diinginkan perusahaan adalah sebagai berikut:

- a) Perusahaan harus mempertimbangkan untuk menerapkan *target costing* sebagai alat untuk menghitung biaya produksi dalam penentuan harga pokok produksi.
- b) perusahaan perlu melakukan efisiensi biaya dalam proses produksi dengan melakukan berbagai perubahan, seperti mengganti cuka tahu buatan sendiri dengan cuka siap pakai yang sudah jadi, dan menyesuaikan kerja karyawan agar proses produksi berjalan lancar. sehingga biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan menjadi lebih efisien dan keuntungan yang diharapkan perusahaan dapat tercapai.

Saran bagi peneliti selanjutnya, penulis menyarankan untuk lebih memperluas variabel-variabel yang terkait dengan penerapan *target costing* dan menggunakan metode pengendalian biaya atau *kaizen costing*, yang juga merupakan salah satu teknik penentuan biaya produksi dengan menggunakan *target costing*, karena pada penelitian ini hanya menggunakan *value engineering* atau rekayasa nilai saja dalam menentukan *target costing* perusahaan. Mempersiapkan penelitian secara seksama mulai dari lamanya waktu penelitian serta periode data yang diperoleh dari perusahaan agar hasil penelitian mengenai *target costing* lebih mendalam dan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Hematfar, M., Sanati-arasteh, A., & Nooryan, S. (2011). The Steps of Implementing Target Costing. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1455184>
- Karnadi, A. (2022). *Konsumsi Tahu dan Tempe per kapita di Indonesia Naik pada 2021*. <https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/konsumsi-tahu-dan-tempe-per-kapita-di-indonesia-naik-pada-2021>
- Mahdi, M. I. (2022). *Nilai Impor Kedelai Indonesia Capai US\$1,48 miliar pada 2021*. <https://dataindonesia.id/bursa-keuangan/detail/nilai-impor-kedelai-indonesia-capai-us148-miliar-pada-2021>

- Rita. (2019). *No Title.* [https://bbs.binus.ac.id/gbm/2019/02/26/competitive-advantage/#:~:text=Michael Porter \(1985\) dalam Awwad,industri atau pasar yang sama.](https://bbs.binus.ac.id/gbm/2019/02/26/competitive-advantage/#:~:text=Michael Porter (1985) dalam Awwad,industri atau pasar yang sama.)
- Setiawan, K. (2021). *Produksi Tahu Tempe Tahun ini Diprediksi Turun Jadi 3 Juta Ton Akibat Daya Beli.* https://bisnis-tempo-co.cdn.ampproject.org/v/s/bisnis.tempoco.com/amp/1497419/produksi-tahu-tempe-tahun-ini-diprediksi-turun-jadi-3-juta-ton-akibat-daya-beli?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQKKAFQArABIIACAw%3D%3D#amp_tf=Dari%251%24s&aoh=16492840025619&csi=
- Shinta, A. (2016). *Manajemen Keuangan.* <https://www.scribd.com/doc/395957998>
- Witjaksono, A. (2013). *Akuntansi Biaya* (G. Ilmu (ed.); Edisi Revi). 2013.