



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

SKRIPSI

Dibuat Oleh :

Zaini Miftahussalam

022117114

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PAKUAN**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SIDANG SKRIPSI

Kami selaku Ketua Komisi dan Anggota Komisi telah melakukan bimbingan skripsi  
mulaitanggal: November/2021 dan berakhir tanggal: Maret/2023

Dengan ini menyatakan bahwa,

Nama : Zaini Miftahussalam  
NPM : 022117114  
Program Studi : Akuntansi  
Mata Kuliah : Akuntansi Manajemen  
Ketua Komisi : Dr.Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA.,  
CSEP.,QIA., CFE., CGCAE  
Anggota Komisi : Amelia Rahmi,S.E.,M.Ak.,AWP  
Judul Skripsi : Penerapan Target Costing dalam Penetapan Harga Jual  
dan Efisiensi Biaya Produksi pada Vomit Café Tahun 2021

Menyetujui bahwa nama tersebut di atas dapat disertakan mengikuti ujian sidang skripsi  
yang dilaksanakan oleh pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Menyetujui,

Ketua Komisi Pembimbing

(Dr.Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA.,  
CCSA., CA., CSEP., QIA., CFE.,CGCAE)

Anggota Komisi Pembimbing

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

Diketahui,

Ketua Program Studi

(Dr.Arief Tri Hardiyanto, Ak.,MBA.,CMA.,  
CCSA.,CA.,CSEP.,QIA.,CFE.,CGCAE)

The image shows two handwritten signatures. The first signature is for the Commission Chair, Dr. Arief Tri Hardiyanto, and the second is for the Program Study Chair, also Dr. Arief Tri Hardiyanto. Both signatures are written in black ink and are positioned above horizontal lines that serve as baselines for the signatures.



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

**SKRIPSI**

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

Mengetahui,

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



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

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

SKRIPSI

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada hari Selasa, 11 April 2023

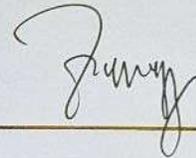
Zaini Miftahussalam

022117114

Menyetujui,

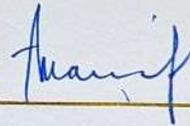
Ketua Penguji Sidang

(Dr. Asep Alipudin, S.E., M.Ak., CSA)



Ketua Komisi Pembimbing

(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA  
CCSA., CA., CSEP., QIA., CFE., CGCAE)



Anggota Komisi Pembimbing

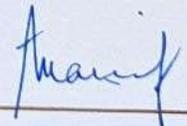
(Amelia Rahmi, S.E., M.Ak., AWP)



Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi

(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA  
CCSA., CA., CSEP., QIA., CFE., CGCAE)



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zaini Miftahussalam

NPM : 022117114

Judul Skripsi : Penerapan Target Costing dalam Penetapan Harga Jual dan Efisiensi Biaya Produksi pada Vomit Café Tahun 2021

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

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 31 Maret 2023



Zaini Miftahussalam

022117114

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, Tahun 2023  
Hak Cipta dilindungi Undang-undang**

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

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

## ABSTRAK

Zaini Miftahussalam. 022117114. Penerapan *Target Costing* dalam Penetapan Harga Jual dan Efisiensi Biaya Produksi pada Vomit Café Tahun 2021. Di bawah Bimbingan: Arief Tri Hardiyanto dan Amelia Rahmi. 2023

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%.

Kesimpulan setelah menggunakan *target costing*, Vomit Café dapat memiliki harga jual baru yang lebih kompetitif dengan meningkatkan efisiensi biaya produksi dan tercapainya target biaya sebesar 70% serta laba sebesar 30%. Hal tersebut menunjukkan bahwa metode *target costing* sebagai penentuan harga jual dan peningkatan efisiensi biaya produksi terbukti efektif diterapkan pada Vomit Café.

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

## PRAKATA

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

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana bagi mahasiswa program strata satu (S1) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor dengan judul **“Penerapan *Target Costing* dalam Penetapan Harga Jual dan Efisiensi Biaya Produksi pada *Vomit Café Tahun 2021*”**. Dalam kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis dari awal perkuliahan sampai dengan penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua saya Bapak (Alm.) Drs.H.A. Hapidin dan Ibu HJ. Rosyidah, serta kakak-kakak tercinta yaitu (Almh.) Intan Rahmatillah dan Aulia Afifah
2. Bapak Prof. Dr. Rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor.
4. Ibu Dr. Retno Martanti Indah Lestari, S.E., M.Si., CMA., CAPM., CAP. Selaku sekretaris Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Ibu Enok Rusmanah S.E., M.Acc. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
6. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA., CFE., CGCAE. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor.
7. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA., CFE., CGCAE. Selaku Ketua Komisi Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam pembuatan Skripsi ini.
8. Ibu Amelia Rahmi, S.E., M.Ak., AWP selaku Anggota Komisi Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan serta dukungan kepada penulis dalam pembuatan Skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis dari awal perkuliahan sampai akhir perkuliahan

10. Pemilik Vomit Café yang telah memberikan data dan informasi mengenai mengenai usaha yang dijalani.
11. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 yang memberikan banyak pembelajaran serta informasi kepada penulis.
12. Sahabat-sahabat dalam menjalani kehidupan sebagai anak kost dan selalu berbagi cerita kehidupan di kampus hingga saat ini. Kepada Mulki, Aldo, Mubarok, Keday, Imeng, Sebi, Fariz, Ferry, Harry, Arul, Arvin, Andi, Fikar dan Farhan
13. Teman-teman seperjuangan yang selalu menemani dalam pembuatan Skripsi ini. Kepada Odoy, Acil, Karim, Reza, Iman, Anggeh, Anggoy, Adit, Tanggul

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

Akhir kata penulis berharap dengan adanya Skripsi ini dapat menambah wawasan dan pemahaman bagi pihak yang akan membacanya.

Bogor, 31 Maret 2023



Zaini Miftahussalam

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PRODI .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN DAN PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN .....</b>	<b>ivError! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR HAK CIPTA.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.3.1 Maksud Penelitian .....	5
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
1.4.1 Kegunaan Praktis .....	5
1.4.2 Kegunaan Akademis .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Akuntansi Manajemen.....	6
2.1.1 Pengertian Akuntansi Manajemen .....	6
2.2 Target Costing .....	8
2.2.1 Pengertian Target Costing .....	8
2.2.2 Karakteristik Target Costing.....	9

2.2.3 Prinsip-Prinsip Penerapan Target Costing.....	9
2.2.4 Tahapan dalam Mengimplementasikan Target Costing .....	10
2.2.5 Perbedaan <i>Standard Costing</i> dan <i>Target Costing</i> .....	11
2.2.6 Konsep <i>Value Engineering</i> atau Rekayasa Nilai .....	12
2.3 Harga Jual.....	13
2.3.1 Pengertian Harga Jual .....	13
2.3.2 Metode Penetapan Harga Jual.....	14
2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual.....	16
2.4 Konsep Biaya .....	17
2.4.1 Pengertian Biaya .....	17
2.4.2 Objek Biaya .....	18
2.4.3 Klasifikasi Biaya.....	18
2.5 Biaya Produksi dan Non Produksi.....	21
2.5.1 Biaya Produksi.....	21
2.5.2 Biaya Non Produksi .....	23
2.6 Harga Pokok Produksi.....	24
2.6.1 Pengertian Harga Pokok Produksi .....	24
2.6.2 Penentuan Harga Pokok Produksi .....	24
2.7 Penelitian Sebelumnya .....	25
2.8 Kerangka Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian .....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	34
3.4 Operasional Variabel.....	35
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	36
3.6 Metode Pengolahan/Analisis Data .....	36
<b>BAB IV .....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum Vomit Café .....	38
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Vomit Café .....	38
4.1.2 Visi dan Misi Vomit Café.....	38

4.1.3 Struktur Organisasi .....	38
4.1.4 Tujuan Perusahaan .....	39
4.1.5 Kegiatan Usaha .....	40
4.2 Perhitungan Harga Jual dan Harga Pokok Produksi pada Vomit Café .....	40
4.2.1 Perhitungan Biaya Produksi Menurut Vomit Cafe .....	40
4.3 Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut <i>Target Costing</i> .....	47
4.4 Pembahasan dan Interpretasi .....	54
4.4.1 Penerapan Metode Target Costing dalam Penghematan Biaya .....	54
4.4.2 Perbedaan Biaya Produksi Menurut Perusahaan dan <i>Target Costing</i> .....	55
4.4.3 Metode <i>Target Costing</i> dalam Pengurangan Biaya dengan Rekayasa Nilai ...	56
<b>BAB V</b> .....	<b>59</b>
5.1 Simpulan .....	59
5.2 Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>61</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Daftar Perbandingan Harga Sekitar pada Tahun 2021.....	3
Tabel 2. 1 Perbedaan <i>Standard Costing</i> dan <i>Target Costing</i> .....	12
Tabel 2. 2 Penggolongan Biaya .....	18
Tabel 2. 3 Peneliti Terdahulu .....	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	35
Tabel 4. 1 Data Penjualan Vomit Café 2021.....	41
Tabel 4. 2 Data Pemakaian Bahan Baku Potato Wedges.....	41
Tabel 4. 3 Data Pemakaian Bahan Baku Cookies Milkshake.....	42
Tabel 4. 4 Biaya Bahan Baku per Unit Vomit Café tahun 2021.....	42
Tabel 4. 5 Biaya Tenaga Kerja Vomit Café Tahun 2021.....	43
Tabel 4. 6 Alokasi Pembebanan Biaya Tenaga Kerja Vomit Café Tahun 2021.....	43
Tabel 4. 7 Biaya Overhead Pabrik Vomit Café Tahun 2021 .....	44
Tabel 4. 8 Biaya Pengemasan Vomit Café Tahun 2021 .....	44
Tabel 4. 9 Alokasi Pembebanan Biaya Overhead Pabrik Vomit Café Tahun 2021 .....	45
Tabel 4. 10 Tarif Biaya HPP per Produk menurut Vomit Café Tahun 2021 .....	46
Tabel 4. 11 Tarif Biaya HPP Menurut Vomit Café pada Tahun 2021.....	46
Tabel 4. 12 Perhitungan Persentase Biaya dan Laba ( Menurut Perusahaan) Vomit Café Tahun 2021.....	47
Tabel 4. 13 Daftar Harga Pasar.....	47
Tabel 4. 14 Penjualan Produk Vomit Café Tahun 2021 .....	49
Tabel 4. 15 Perhitungan Persentase Biaya dan Laba (Target Costing) Vomit Café Tahun 2021 .....	49
Tabel 4.16 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku Potato Wedges.....	50
Tabel 4.17 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku Cookies Milkshake.....	51
Tabel 4. 18 Peningkatan Efisiensi Biaya Tenaga Kerja.....	52
Tabel 4.19 Peningkatan Efisiensi Biaya Overhead Pabrik.....	52
Tabel 4. 20 Perbandingan Biaya Produksi Vomit Café Tahun 2021 .....	54
Tabel 4.21 Perbandingan Biaya Produksi per Unit Vomit Café Tahun 2021 .....	55

Tabel 4. 22 Perbandingan dalam Efisiensi Biaya Produksi Potato Wedges Menurut Perusahaan dan Target Costing .....	55
Tabel 4. 23 Perbandingan dalam Efisiensi Biaya Produksi Cookies Milkshake Menurut Perusahaan dan Target Costing .....	56
Tabel 4. 24 Metode Target Costing Setelah Rekayasa Nilai .....	56
Tabel 4. 25 Perbandingan Target Biaya per Unit Produk Menurut Perusahaan dan Target Costing Setelah Rekayasa Nilai .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Prinsip-Prinsip Target Costing .....	9
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	33
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Vomit Café.....	39

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

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 1.1 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, sehingga timbul keinginan untuk menganalisis dan meneliti harga pokok produksi dan harga jual pada VOMIT CAFÉ dengan judul seminar proposal yang berjudul **“PENERAPAN TARGET COSTING DALAM PENETAPAN HARGA JUAL DAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA VOMIT CAFÉ TAHUN 2021”**

## **1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, terdapat suatu fenomena dalam laporan produksinya yang masih menggunakan perhitungan sederhana dengan hanya mencatat biaya-biaya produksi yang seadanya serta kurang optimalnya keuntungan yang diperoleh karena dalam menetapkan harganya belum terukur dengan baik. Karena kurang tepatnya penentuan harga pokok produksi menyebabkan harga jual pada Vomit Café masih lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitornya pada produk serupa.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Sehubungan dengan hal tersebut, maka pokok-pokok diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penentuan harga jual dan harga pokok produk *Potato wedges*, dan *Cookies Milkshake* pada Vomit Café saat ini?
2. Bagaimana penentuan harga jual dan harga pokok produk *Potato Wedges*, dan *Cookies Milkshake* pada Vomit Café dengan menggunakan metode *target costing*?
3. Bagaimana penerapan *target costing* sebagai sistem penetapan harga jual dan peningkatan efisiensi biaya produk pada Vomit Café setelah memakai *target costing*?

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

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud penelitian ini yaitu untuk menambah wawasan serta pengetahuan peneliti dalam menentukan harga jual dan meningkatkan efisiensi biaya produk, serta menyimpulkan hasil penelitian tentang bagaimana penyelesaian masalah yang dihadapi oleh pemilik usaha Vomit Café.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

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*

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

Untuk membantu memecahkan dan mengantisipasi permasalahan pada lokasi yang akan diteliti. Sebagai kegunaan praktiknya, penelitian ini diharapkan dapat membantu pemilik usaha untuk menekan harga jualnya yang masih terlalu tinggi agar dapat bersaing dengan para kompetitornya, dan memperoleh laba yang lebih maksimal

#### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi dan menjadi referensi pada pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang Akuntansi

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Akuntansi Manajemen**

##### **2.1.1 Pengertian 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.

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

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

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

### **2.1.3 Karakteristik Akuntansi Manajemen**

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

1. Keberpautan (*Relevance*)  
Sebuah informasi harus mempunyai sifat keberpautan dengan keputusan yang akan dibuat. Keputusan yang berbeda membutuhkan informasi yang berbeda pula. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan harus selaras dengan keputusan yang sedang dipertimbangkan. Informasi yang dianggap relevan oleh akuntansi manajemen apabila:
  - (i) Berkaitan dengan hal-hal yang akan terjadi; dan
  - (ii) Berbeda di antara berbagai alternatif.
 Hal ini dalam akuntansi manajemen dikenal juga dengan istilah '*different cos for different purposes*' yang memiliki arti jika tujuan kegiatan berbeda, konsep biayanya juga berbeda sehingga informasi tentang biayanya pun berbeda.
2. Ketepatan (*Accuracy*)  
Informasi yang dibutuhkan harus mengenai informasi tentang hal-hal yang akan datang sesuai dengan keputusan apa yang akan dibuat. Meskipun informasi hanya merupakan prediksi dan taksiran tetapi harus mempunyai sifat ketepatan atau keakuratan pada informasi tersebut agar mempunyai nilai guna.
3. Ketepatwaktuan (*Timeliness*)  
Ketepatwaktuan sangat berpengaruh bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan. Informasi tepat waktu yang berarti informasi yang disajikan sebelum kehilangan kapasitas dalam mempengaruhi keputusan. Oleh karena itu, jika informasi disajikan secara tepat waktu dapat mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh perusahaan. Jika informasi tidak tepat waktu maka informasi sudah tidak berguna dalam pengambilan keputusan.
4. Keterpahaman (*Understand Ability*)  
Informasi manajemen harus bersifat dapat dipahami. Informasi yang disajikan harus sedemikian rupa agar manajemen dapat memahami maksud dan tujuan dari informasi tersebut.
5. Keefektifan-biaya (*Cost-Effectiveness*)  
Informasi manajemen harus dirancang sedemikian rupa agar biaya untuk memperoleh informasi yang relevan tidak melebihi manfaatnya.

## 2.2 Target Costing

### 2.2.1 Pengertian 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.”

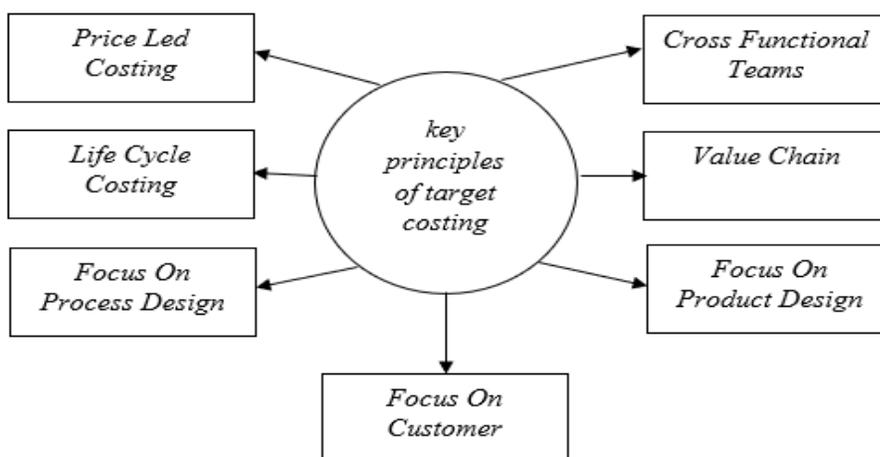
*Target costing* ditentukan dengan mempertimbangkan berbagai hal yang dianggap sesuai dengan kondisi yang dihadapi pelaku usaha, seperti harga jual pesaing, daya beli masyarakat, dan keadaan perekonomian secara umum. Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut, pelaku usaha dapat menentukan biaya 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.

### 2.2.2 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

### 2.2.3 Prinsip-Prinsip Penerapan Target Costing



Gambar 2. 1 Prinsip-Prinsip *Target Costing* (Witjaksono 2013)

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 Funtional 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.

#### **2.2.4 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.

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

### 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.

#### 2.2.5 Perbedaan *Standard Costing* dan *Target Costing*

Terdapat perbedaan yang amat mendasar antara *standard costing* dan *target costing* meskipun keduanya memiliki kesamaan satu sama lain. *Standard costing* merupakan sistem perhitungan biaya yang membebankan objek biaya berdasarkan pada estimasi yang logis dan melalui tarif yang ditetapkan sesuai dengan biaya sesungguhnya. *Standard costing* dapat dibentuk hanya berdasarkan pada pihak internal perusahaan saja tanpa perlu campur tangan dari pihak eksternal, sedangkan dalam penentuan *target costing*, perusahaan perlu memperhatikan lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Perbedaan antara *standard costing* dan *target costing* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2. 1 Perbedaan *Standard Costing* dan *Target Costing*

No	<i>Standard Costing</i>	<i>Target Costing</i>
1	Penetapannya dibentuk berdasarkan pada analisis internal dari proses manufaktur	Penetapannya dibentuk berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal perusahaan (pasar dan pesaing)
2	Penetapan standar mengacu kepada perkeyasaan ( <i>Engineer</i> ). Biaya standar + <i>Mark Up</i> (laba) yang diinginkan = Harga Jual	Penetapan standar mengacu pada pasar. Harga pasar yang kompetitif – <i>Mark Up</i> (laba) yang diinginkan = Biaya yang diperkenankan ( <i>allowable cost</i> )
3	Diterapkan pada tahap produksi	Diterapkan pada tahap pengembangan dan perencanaan produk
4	Hanya menekankan pada penentuan dan pencapaian <i>standard cost</i>	Menekankan pada penentuan dan pencapaian <i>target cost</i> dan mendorong adanya pengurangan biaya.

( Sumber: Irtingtyas, 2018)

*Target costing* berbeda dengan *standard costing* secara konseptual. Tujuan dari *standard costing* adalah meminimalkan perbedaan antara biaya yang dibebankan dengan biaya sesungguhnya pada tahap produksi, sedangkan pada *target costing* tujuan yang ingin dicapai adalah meminimalkan perbedaan biaya sesungguhnya dengan biaya yang dibebankan serta mempertimbangkan berbagai sudut pasar yang terdiri atas konsumen dan pesaing guna mengendalikan biaya dan memenuhi laba yang diharapkan oleh perusahaan

### 2.2.6 Konsep *Value Engineering* atau Rekeyasa Nilai

Rekeyasa nilai menjadi salah satu tahapan dalam pengimplementasian metode *target costing*. Menurut Irtingtyas (2018), rekeyasa 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 rekeyasa 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 rekeyasa 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 Rudianto (2013) menjelaskan bahwa secara umum produk yang dihasilkan perusahaan dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsinya, antara lain:

1. Kelompok produk yang fungsinya relatif mudah ditambah atau dikurangi  
Kelompok produk ini sering berubah model atau sering mengalami perubahan preferensi konsumen. Produk-produk dalam kelompok ini peran rekayasa nilai dibutuhkan melalui analisis fungsional. Manajemen perusahaan harus mengkaji fungsi produk dan biaya dari masing-masing fungsi produk sehingga dapat diseimbangkan antara keduanya. Idealnya, fungsi produk yang diharapkan konsumen tercapai dengan tetap mempertahankan biaya rendah. Proses *benchmarking* dengan mengikuti hal-hal positif yang pernah dijalankan oleh perusahaan-perusahaan sejenis perlu dilakukan.
2. Kelompok produk yang fungsionalitasnya relatif stabil  
Kelompok produk ini relatif jarang mengalami perubahan model karena selera konsumen yang tidak sering mengalami perubahan. Pada produk ini perusahaan harus merancang fungsionalitas produknya sebaik mungkin karena cenderung stabil, tim desain harus menempuh beberapa langkah yang relevan dengan karakteristik produk, yakni
  - a. Tim desain menyiapkan beberapa desain produk yang memiliki biaya rendah dan kompetitif, dimana setiap desain memiliki kualitas yang serupa tetapi menggunakan tampilan dan biaya yang berbeda.
  - b. Tim desain bekerja bersama dengan manajer biaya untuk menentukan desain terbaik dengan tidak melebihi *target costing* sekaligus memenuhi selera konsumen.

## **2.3 Harga Jual**

### **2.3.1 Pengertian 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

### **2.3.2 Metode Penetapan 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.

Menurut Niken Faradela (2022), ada beberapa metode penetapan harga jual sebagai berikut:

1. *Gross Margin Pricing*

Metode ini tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan. Caranya dengan menentukan persentase tertentu diatas harga produk yang dibeli, persentase ini disebut “*Mark On Persentage*” atau *Mark up*. Adapun cara menghitung *Gross Margin Pricing* sebagai berikut :

$$\text{Cost product} + (\% \text{ mark up} \times \text{dasar penentuan})$$

2. *Direct Cost Pricing*

Metode ini umumnya diterapkan pada produk yang diproduksi tetapi melebihi daya serap pasar (produk dari kapasitas yang menganggur) yang kemudian produk ini dipasarkan pada pasar yang berbeda, dengan syarat tidak merusak pasaran produk dipasaran bebas. Adapun cara menghitung *Direct Cost Pricing* sebagai berikut:

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produksi}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh biaya produksi}}$$

3. *Full Cost Pricing*

Pada metode ini semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual. Jadi semua biaya untuk membuat produk tersebut dihitung ditambah persentase laba yang diinginkan. Adapun cara menghitung *Full Cost Pricing* sebagai berikut :

$$\text{Biaya produksi total} + \text{Margin (persentase laba) yang diinginkan}$$

4. *Time and Material Pricing*

Dalam metode ini, tarif ditentukan dari upah langsung dan tarif lain dari bahan baku masing-masing, tarif ini dijadikan satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tak langsung serta laba yang diinginkan. *Time* dalam metode ini ditunjukkan oleh tarif perjam atau perwaktu dari tenaga kerja, di mana tarif tenaga kerja ini merupakan jumlah dari: Upah langsung dan premi pada karyawan, bagian laba yang layak dan berhubungan dengan upah tenaga kerja

### 2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Menurut Yulia (2016), secara garis besar faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan penentuan harga jual dibagi menjadi dua. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

#### A. Faktor Bukan Biaya

Faktor bukan biaya ini meskipun sulit diukur dan diramalkan namun harus juga dipertimbangkan dalam penentuan harga jual. Faktor bukan biaya biasanya merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan manajemen . dalam menentukan harga jual. Faktor-faktor tersebut antar lain adalah :

##### 1. Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Perubahan kondisi perekonomian dalam keadaan inflasi, yaitu turunnya daya beli uang maka akan menyebabkan harga jual barang atau jasa akan naik. Sebaliknya apabila perekonomian dalam keadaan deflasi, yaitu naiknya daya beli uang maka harga jual barang atau jasa akan menjadi lebih rendah,

##### 2. Elastisitas Permintaan

Berubah tidaknya harga produk tergantung pada elastisitas permintaan produk, Elastisitas permintaan dan penawaran mempengaruhi keputusan manajemen untuk menaikkan atau menurunkan harga jual produk. Jika permintaan suatu produk bersifat elastis maka keputusan untuk menurunkan harga jual berakibat dapat meningkatkan volume penjualan dalam jumlah yang relatif besar. Sebaliknya, jika permintaan suatu produk tidak elastik, maka keputusan untuk menurunkan harga jual berakibat hanya dapat meningkatkan volume penjualan yang relatif kecil.

##### 3. Tipe Pasar

Pada model ekonomi, harga jual disusun berdasarkan tipe pasar yang dihadapi oleh perusahaan

##### 4. Tindakan atau Reaksi Pesaing

Tindakan atau reaksi pesaing juga dapat mempengaruhi tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang sejenis akan berusaha menarik minat konsumen dengan cara menjual produk atau jasanya dengan tingkat harga yang lebih rendah apabila dibandingkan dengan harga yang ditetapkan perusahaan

##### 5. Pengaruh Pemerintah

Pengaruh pemerintah yang dimaksudkan dalam penentuan harga jual khususnya adalah undang-undang, keputusan, peraturan, dan kebijakan pemerintah yang ada. Penentuan harga jual atau jasa yang menyangkut hajat hidup orang banyak,

sangat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah. Pengawasan pemerintah berpengaruh dalam penentuan harga maksimum dan minimum bagi produk atau jasa yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat.

6. Citra atau Kesan Masyarakat

Citra atau kesan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dapat mempengaruhi harga. Barang atau jasa yang telah dikenal masyarakat mempunyai harga jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan barang atau jasa yang masih baru di pasar.

7. Tujuan Nonlaba (Nirlaba)

Perusahaan non laba mempunyai tujuan melayani masyarakat, misalnya membantu pemerintah dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa dengan mendirikan sekolah. Pada umumnya, perusahaan non laba bergerak pada bidang jasa. Harga jual produknya ditentukan dengan total biaya yang dikeluarkan

8. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Sebuah perusahaan didirikan bukan sekedar untuk mencari laba, tetapi juga untuk melayani masyarakat. Rasa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat. dapat mempengaruhi penentuan harga jual. Harga jual ditentukan berdasarkan tingkat ekonomi masyarakat yang dilayani.

B. Faktor Biaya

Faktor yang menjadi perhatian khusus bagi manajemen dalam penentuan harga jual adalah biaya. Dalam penentuan harga jual, faktor biaya digunakan sebagai batas bawah karena dalam kondisi wajar harga jual harus dapat menutup semua biaya yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan dapat menghasilkan laba

## 2.4 Konsep Biaya

### 2.4.1 Pengertian 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.

#### 2.4.2 Objek Biaya

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

#### 2.4.3 Klasifikasi Biaya

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

Tabel 2. 2 Penggolongan Biaya

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

Jangka Waktu Manfaatnya	1. Pengeluaran Modal ( <i>capital expenditures</i> ) 2. Pengeluaran Pendapatan ( <i>revenue expenditures</i> )
-------------------------	---

(Sumber: Mulyadi, 2015)

### 1. Objek Pengeluaran

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

### 2. Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Dalam klasifikasi biaya perusahaan manufaktur terdapat tiga fungsi pokok yaitu:

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

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

#### b. Biaya Pemasaran (*marketing expense*)

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

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

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

### 3. Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai

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

#### a. Biaya Langsung (*direct cost*)

Biaya langsung merupakan biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayai. Apabila tidak ada sesuatu yang dibiayai maka biaya langsung ini tidak akan pernah terjadi. Dalam kaitannya dengan biaya produksi, biaya langsung

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

b. Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*)

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

4. Perilaku Biaya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan

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

a. Biaya *Variabel* (*variable cost*)

Biaya *variabel* merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya *variabel* adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya Tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Biaya tetap per unit akan berubah seiring dengan adanya perubahan pada volume produksi. Contoh biaya tetap antara lain adalah beban

penyusutan peralatan pabrik, beban sewa bangunan pabrik, gaji direktur produksi, dan gaji bagian administrasi.

c. Biaya Semi *variable* (*semi variable cost*)

Biaya semi *variable* merupakan biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya *semivariabel* mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya *variabel*. Contoh biaya *semivariabel* adalah biaya telepon, biaya air, biaya bensin dan biaya listrik.

d. Biaya *Semi fixed* (*semi fixed cost*)

Biaya *semi fixed* merupakan biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu. Contoh biaya *semi fixed* adalah gaji presiden direktur, asuransi kecelakaan buruh dll.

5. Jangka Waktu Manfaatnya

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

a. Pengeluaran Modal (*capital expenditures*)

Pengeluaran modal merupakan biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai kos aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara di depresiasi, diamortisasi atau di deplesi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk. Pengeluaran untuk keperluan tersebut biasanya melibatkan jumlah yang besar dan memiliki masa manfaat lebih dari satu tahun, maka pada pengeluaran tersebut dilakukan pengorbanan tersebut diperlakukan sebagai pengeluaran modal dan dicatat sebagai kos aktiva (misalnya sebagai kos aktiva tetap atau beban ditangguhkan).

b. Pengeluaran Pendapatan (*revenue expenditures*)

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

## 2.5 Biaya Produksi dan Non Produksi

### 2.5.1 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 Riyadadi (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.

### 2.5.2 Biaya Non Produksi

Biaya non produksi adalah biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi. Biaya ini disebut biaya komersial atau biaya operasi. Biaya ini digolongkan sebagai biaya periode yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan interval waktu. Jenis biaya ini antara lain:

1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Biaya ini dikeluarkan apabila produk telah selesai dan siap dipasarkan ke tangan konsumen. Hidayat (2021) menambahkan bahwa biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan usaha memperoleh pesanan dan memenuhi pesaran. Contoh biaya pemasaran yaitu biaya promosi, biaya iklan, gaji karyawan bagian penjual, komisi penjualan, biaya angkut barang ke luar, dan lain-lain.

2. Biaya Administrasi

Biaya administrasi adalah biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran. Biaya ini dikeluarkan dalam hubungan dengan kegiatan penentu kebijakan, pengarahan, pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar berjalan dengan efektif dan efisien. Contoh biaya administrasi yaitu biaya administrasi kantor. Hidayat (2021) menambahkan biaya administrasi adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan pengaturan, pengawasan, dan tata usaha organisasi perusahaan. Sebagai contoh yaitu gaji direksi, gaji pegawai bagian administrasi kantor, gaji pegawai bagian akuntansi, biaya perlengkapan kantor, penyusutan peralatan kantor, dan lain-lain.

## 2.6 Harga Pokok Produksi

### 2.6.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

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

Menurut 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.

### 2.6.2 Penentuan Harga Pokok Produksi

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

#### 1. *Full Costing*

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

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

Dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku tetap maupun *variabel* dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang

ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Biaya *overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses dan persediaan produk jadi yang belum laku dijual, dan baru dianggap sebagai biaya (unsur harga pokok penjualan) apabila produk jadi tersebut telah terjual.

## 2. *Variable Costing*

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

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

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

## 2.7 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2. 3 Peneliti Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul	Variabel	Hasil
1.	Yulia Nailir Rohmah (2016)	Penerapan Metode <i>Target Costing</i> dalam Penetapan Harga Jual untuk Mengoptimalkan Laba Perusahaan pada UKM Agronas Gizi Food Malang	1. <i>Target Costing</i> 2. Harga jual Pengoptimalan laba	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa metode <i>target costing</i> dapat diterapkan di UKM Agronas Gizi Food dengan menghasilkan harga jual baru yakni Rp 138.000 per Kg dan dapat meminimalisir biaya sebesar 5,97 dan

				peningkatan laba sebesar 27,46%
2.	Melvina Ignatia Sibanariba (2018)	Analisis Efisiensi Biaya Produksi dengan Metode <i>Target Costing</i> pada Produk Tahu di UD. Tahu 3'S Prima Kota Batu	1. <i>Target Costing</i> 2. Biaya Produksi	penerapan metode <i>target costing</i> diketahui untuk mencapai target laba sebesar 19%, biaya yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp 2.809.673.528 atau sebesar Rp 1.418 per unit. Penerapan rekayasa nilai pada metode <i>target costing</i> perlu dilakukan untuk mencapai biaya efisien yang harus dikeluarkan perusahaan. Rekayasa nilai yang dilakukan yaitu dengan penekanan pada biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung meliputi tenaga kerja harian dan inspeksi, biaya kemasan, dan biaya tenaga kerja pemasaran. Melalui penerapan rekayasa nilai, biaya yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp 2.720.672.500 atau sebesar Rp 1.373 per unit. Setelah dilakukan rekayasa nilai, perusahaan memperoleh laba sebesar 22% atau lebih dari target laba perusahaan yaitu sebesar 19%.
3.	Singgih Dwi Kurniawan (2018)	Analisi Efisiensi Biaya Produksi dengan Metode <i>Target Costing</i> pada Produk	1. <i>Target Costing</i> 2. Efisiensi Biaya Produksi	Total biaya produksi yang digunakan perusahaan untuk memproduksi keripik singkong menggunakan metode <i>standard costing</i>

		Keripik Singkong Berbasis <i>Online</i> di UD. New Sehati, Kabupaten Mojokerto		yaitu sebesar Rp. 460.364.233 atau Rp. 4.568 per kemasan dengan laba bersih yang didapatkan sebesar 17.238.767 atau sebesar 3,8%. Total biaya produksi yang digunakan perusahaan untuk memproduksi keripik singkong menggunakan metode <i>target costing</i> yaitu sebesar Rp. 434.253.754 atau Rp. 4.309 per kemasan dengan laba bersih yang didapatkan sebesar 43.349.246 atau sebesar 9,3%. Selisih biaya biaya yang dapat ditekan menggunakan metode <i>target costing</i> yaitu sebesar Rp. 26.110.479
4.	Azya Dianatul K (2017)	Analisis Penetapan Harga Jual Berbasis <i>Target Costing</i> dalam Pengembangan Produk pada PT. Duta Palladium Development Gresik	1. <i>Target Costing</i> 2. Harga Jual	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa <i>target costing</i> dapat digunakan sebagai penentuan harga jual perumahan dengan mempertimbangkan harga pasar, dan daya beli masyarakat sekitar
5.	Cynthia Indriani (2019)	Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> dalam Perencanaan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba pada UKM Hidup Baru Steel Tahun	1. <i>Target Costing</i> 2. Perencanaan Biaya Produksi Peningkatan Laba	perhitungan menggunakan metode <i>target costing</i> dapat mengefisienkan pengeluaran biaya produksi sehingga laba yang terima lebih maksimal. <i>Target costing</i> membantu UKM Hidup Baru Steel mencapai bahkan melebihi target laba

		2017		yang diinginkan, yaitu sebesar 11,79% dari penjualan.
6.	Dedy Akbar Herianto (2020)	Analisi Penerapan <i>Target Costing</i> Sebagai Sistem Pengendalian Biaya produksi pada UD. Winda di Malino Kabupaten Gowa	1. <i>Target Costing</i> 2. Pengendalian Biaya Produksi	hasil analisis mengenai perhitungan standar biaya produksi dalam memproduksi Mebel untuk lemari 2 Pintu sebesar Rp. 971.620, untuk lemari 3 Pintu sebesar Rp. 1.209.119. Hasil analisis perbandingan penerapan <i>target costing</i> dengan standar biaya produksi perusahaan mengenai pelaksanaan <i>target costing</i> jauh lebih efisien, dengan harga produksi sebagai berikut: Biaya produksi Lemari 2 Pintu sebesar Rp. 875.000, sedangkan biaya produksi Lemari 3 Pintu sebesar Rp. 1.050.000.
7.	M. Udin Harianto (2014)	Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Penetapan Harga Jual Untuk Mengoptimalkan Laba Perusahaan Pada UD Al-Amin	1. <i>Target costing</i> 2. Penetapan Harga Jual Pengoptimalan laba	Dengan melakukan <i>value engineering</i> tersebut perusahaan dapat menekan biaya produksinya, dari Rp. 11.496.100,- untuk setiap produksinya dengan metode tradisional menjadi Rp. 11.416.400,- dengan metode <i>target costing</i> , sehingga perusahaan dapat menghemat biaya produksinya sebesar Rp 79.900,- untuk sekali produksi. Dengan penghematan biaya tersebut, maka UD. Al-Amin dapat menurunkan

				harga jual produknya dari Rp 80.000,- untuk setiap tong tahu menjadi Rp 79.500,- per tong.
8.	Avinda Martha Oktavianti (2019)	Analisis <i>Target Costing</i> Sebagai Upaya Peningkatan Laba Usaha untuk Produksi Gethuk Pisang pada <i>Home Industry</i> Getuk Pisang Sari Madu Kediri	1. <i>Target Costing</i> 2. Peningkatan Laba Usaha	Melalui rekayasa nilai, efisiensi bahan baku, efisiensi waktu tenaga kerja berdampak pada kecepatan produksi dan pembelian gula halus dan garam ke <i>supplier</i> yang lebih murah. Pemilik Usaha dapat menghemat biaya produksi sebesar Rp302.750 dari penjualan 1.300 gethuk pisang. Dari penghematan tersebut, pemilik usaha mampu mencapai peningkatan laba dari 3% menjadi 6%
9.	Pradana Setiadi (2014)	Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Penentuan Harga Jual pada CV. Minahasa Mantap Perkasa	1. Perhitungan Harga Pokok Produksi 2. Penentuan Harga Jual	Penentuan harga jual produk yang dibebankan kepada konsumen dibuat berdasarkan biaya produksi per unit ditambah persentase <i>Markup</i> . Persentase <i>markup</i> yang diinginkan perusahaan yaitu sebesar 30% dari biaya produksi per unit dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih memadai dan dapat menutup biaya produksi yang telah dikeluarkan.
10.	Jessica Claudia Moray	Penetapan Harga Jual dengan <i>Cost Plus Pricing</i>	1. <i>Full Costing</i> 2. Penetapan Harga Jual	penentuan harga jual <i>relative</i> yakni menentukan harga jual dengan mengikuti

	(2014)	Menggunakan Pendekatan <i>Full Costing</i> pada UD. <i>Glady's Bakery</i>		harga yang sudah ada dipasaran. Metode <i>cost plus pricing</i> dengan pendekatan <i>full costing</i> yakni menghitung seluruh pengeluaran yang terjadi mulai dari biaya bahan baku, biaya <i>overhead</i> pabrik, biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, menghitung harga pokok produksi kemudian menetapkan harga jual dengan menambahkan <i>markup</i> sesuai dengan keuntungan berapa persen yang diinginkan. Penetapan harga jual <i>cost plus pricing</i> dengan menggunakan pendekatan <i>full costing</i> masih jauh lebih murah dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan oleh UD. <i>Glady's Bakery</i>
11.	Mochammad Syam Zuanda (2019)	Penerapan <i>target costing</i> sebagai sistem penetapan harga jual dan penekanan biaya pada DnD Café Tahun 2018	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Target Costing</i></li> <li>2. Harga Jual Efisiensi Biaya</li> </ol>	Hasil penelitian menunjukkan, bahwa dalam penerapan sistem metode <i>target costing</i> pada DnD Cafe, maka perusahaan dapat menentukan harga jual terlebih dahulu, dengan memprediksi biaya sebesar 70% dari harga jual. Pada produk <i>Cheese Chicken Burger</i> dan <i>Juice Tomato</i> memiliki harga jual awal sebesar Rp20.000. dan Rp15.000. Biayanya sebesar Rp15.857. dan Rp10.482. Setelah

				menggunakan target costing, untuk produk <i>Cheese Chicken Burger</i> , dan <i>Juice Tomato</i> memiliki target price berubah menjadi Rp15.000. serta Rp12.000. Dengan target biayanya sebesar Rp10.463. dan Rp8.320
--	--	--	--	--

(Sumber: Diolah penulis, 2021)

Penelitian terkait penetapan harga jual dan efisiensi biaya produksi telah banyak dilakukan menyesuaikan dengan fenomena yang ada dilapangan dengan objek penelitian yang berbeda. Penelitian tentang penetapan harga jual dengan menggunakan basis metode *target costing* membuahkan hasil yang efektif pada lokasi yang diteliti, seperti yang telah dilakukan oleh Azya Dianatul K (2017), M. Udin Harianto (2014) dan Pradana Setiadi (2014)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Azya Dianatul K.(2017), diketahui bahwa penetapan harga jual dilakukan sebagai penekanan biaya dalam proyek perumahan D'Ma'wa Bukit Sekapuk, Gresik dengan melakukan rekayasa nilai, menurunkan biaya produksi, margin kontribusi, *kaizen costing* dan pengembangan . Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa *target costing* dapat digunakan sebagai penentuan harga jual perumahan dengan mempertimbangkan harga pasar, harga dari pesaing, dan daya beli masyarakat, sehingga dapat menghasilkan produk dengan harga murah sesuai dengan harapan konsumen dan meningkatkan unit penjualan perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Udin Harianto (2014) menunjukkan dengan menggunakan *target costing* pada UD. Al Amin dapat menentukan harga jual produknya dan menjadi alat untuk mengoptimalkan laba perusahaan. *Target costing* pada UD. AL-Amin dapat dicapai melalui *value engineer* (rekayasa nilai), dengan cara : merubah jajaran karyawan bagian produksi, mengganti bahan penolong buatan sendiri dengan bahan penolong siap pakai, meningkatkan standar minimum produksi, dan perbaikan sistem akuntansi.

Pradana Setiadi (2014) juga mendapatkan hasil penelitian yang cukup efektif bagi perusahaan CV. Minahasa Mantap Perkasa yang merupakan produsen pembuat roti . Peneliti melakukan perhitungan biaya produksi per unit ditambah dengan persentase *mark up* yang ditetapkan oleh perusahaan. Persentase *mark up* yang ditetapkan oleh perusahaan yaitu sebesar 30% dari biaya produksi per unitnya, sehingga perusahaan dapat keuntungan yang lebih tinggi, dan menutup biaya produksi yang telah dikeluarkan.

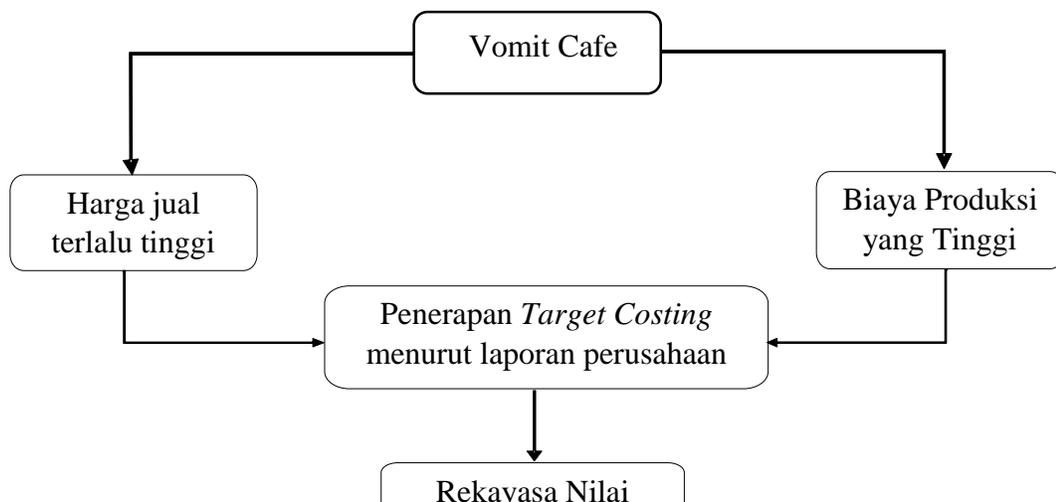
## 2.8 Kerangka Penelitian

*Target costing* digunakan selama tahap perencanaan dan menuntun dalam pemilihan produk, serta proses desain yang akan menghasilkan suatu produk yang dapat diproduksi pada biaya yang sesuai. Pada suatu tingkat laba yang dapat diterima untuk menentukan harga jual yang diinginkan perusahaan. *Target costing* juga memberikan perkiraan harga pasar produk, volume penjualan, dan tingkat fungsionalitas. Penerapan *target costing* dimanfaatkan dalam pengelolaan perusahaan untuk pengembangan produk.

Prosedur yang digunakan dalam penetapan biaya target yaitu peneliti melakukan wawancara dan dokumentasi terhadap pihak perusahaan serta menganalisis seluruh biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik. Dokumen yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah dokumen laporan biaya produksi. Hal tersebut adalah rincian berupa jumlah biaya produksi, harga jual, dan produk yang dihasilkan. Setelah melakukan hal tersebut, peneliti akan melihat harga jual pada pasaran tentang produk serupa, kemudian menentukan laba sesuai yang diinginkan perusahaan. Jika biaya produksi masih melewati *target cost*, maka harus dilakukan perekayasa nilai. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menekan *cost* sesuai dengan anggaran yang telah ditentukan. Kemudian hasil dari perhitungan *target costing* akan dibandingkan dengan perhitungan biaya yang telah dilakukan perusahaan. Biaya produksi ditentukan pada tahap perencanaan. Sebagian besar kesempatan untuk mengurangi dan meningkatkan efisiensi biaya produksi berasal dari perencanaan harga jual produk sehingga produk tersebut mudah diproduksi menggunakan bahan yang murah, dan kuat, serta andal.

Vomit Cafe merupakan salah satu bidang usaha yang bergerak di bidang manufaktur dalam pembuatan makanan serta penjualan makanan. Vomit Cafe dalam menentukan harga jual masih tergolong tradisional. Vomit Cafe masih tergolong lebih mahal dibanding para kompetitornya, tanpa memperhatikan *cost* yang dibebankan dalam setiap produknya.

Berdasarkan penjelasan diatas menyimpulkan, bahwa penerapan *target costing* diharapkan dapat membantu Vomit Cafe dalam upaya meningkatkan efisiensi biaya produksi dan meningkatkan harga jual dengan harga pasarnya. Penerapan *target costing* disesuaikan dengan tujuan Vomit Cafe agar peningkatkan efisiensi biaya produksi dapat tercatat dengan laba yang sudah ditentukan pada harga jualnya.



Gambar 2.2 Kerangka Penelitian

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis 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.

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

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.

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

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 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*

### 3.4 Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel

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

(Sumber: Diolah Penulis)

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa pada variabel Biaya Produksi, memiliki indikator berupa jumlah biaya bahan baku, jumlah tenaga kerja, serta biaya *overhead* dalam menghasilkan unit yang diproduksi yang telah dilakukan oleh Vomit Café pada produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake*. Dalam hal ini, peneliti menggunakan indikator tersebut agar dapat mengetahui apakah produk-produk tersebut telah diproduksi secara efisien. Pada Variabel harga jual, peneliti mengidentifikasi laba yang didapat oleh pemilik usaha, serta menentukan harga pokok produksi sesuai dengan biaya bahan baku yang dikeluarkan dari harga jual produk. Pada variabel *target costing*,

peneliti melakukan wawancara dan berdiskusi dengan pemilik usaha, pemilik usaha menetapkan target laba sebesar 30% dan biaya produksi sebesar 70% dari harga jualnya. Selain itu, dilakukan rekayasa nilai sesuai dengan perhitungan *target costing* agar dapat menekan biaya produksi sehingga target harga jual yang diinginkan oleh perusahaan dapat tercapai dan dapat bersaing dengan kompetitor pada produk serupa.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

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.

### 3.6 Metode Pengolahan/Analisis Data

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.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Vomit Café**

##### **4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Vomit Café**

Vomit Café merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang industri *Food & beverages* yang berlokasi di Kp Bitung Ratna RT 04/02 No.20 Desa Bitungsari, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor. Kafé ini didirikan pada tanggal 12 September 2019 oleh 5 sekawan yang diantaranya adalah Fikar Mulya Bakti, Irsyad Mustaqiem, Syahrul Febrian, Fahmi Fajar dan Muhammad Yasir. Ide membuka usaha ini didasari atas pemikiran dari Irsyad Mustaqiem yang memiliki pengalaman bekerja pada bidang terkait, dan mendapat respon baik dari 4 orang kawannya. Kafé ini memiliki keunikan dengan mengusung tema *metal/rock* yang disalurkan pada setiap sudut kafé, dan nama-nama produk makanan yang dihasilkannya juga diambil dari nama-nama band rock maupun judul lagu rock seperti: *Potato of puppet, Burg Of The Moon, Pumpkin Mango Punk*. Bukan tanpa alasan, karena Fikar Mulya Bakti yang merupakan salah satu pemilik usaha ini adalah anak dari personil band metal “Roxx” yang bernama Tony Roxx.

##### **4.1.2 Visi dan Misi Vomit Café**

Visi:

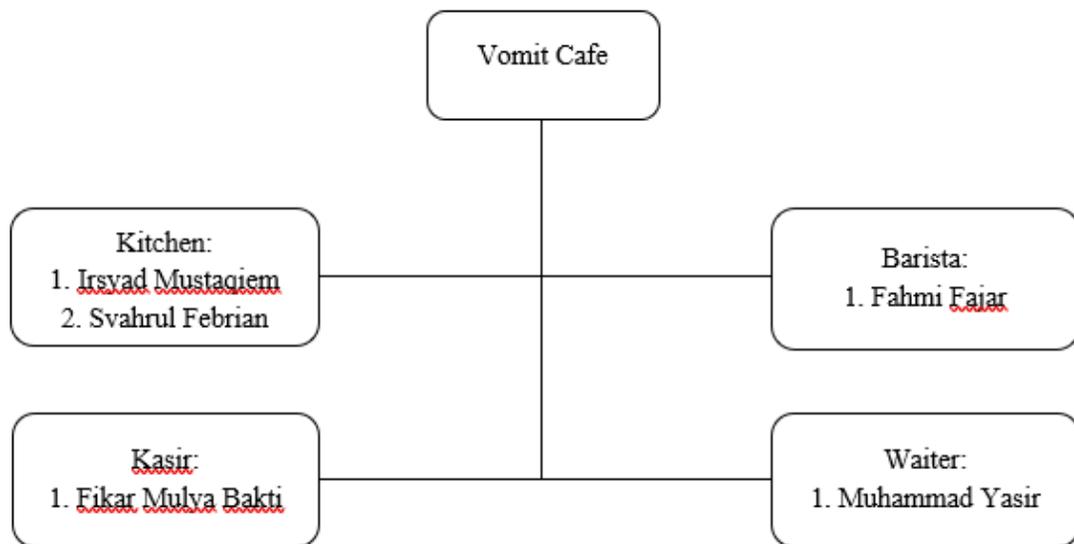
1. Menjadi kafe yang digemari semua kalangan usia
2. Menjadi kafe bertema Metal yang terkenal di Indonesia

Misi:

1. Membuat makanan dan minuman yang lezat dari bahan baku berkualitas
2. Mengutamakan kepuasan pelanggan
3. Terus mengembangkan inovasi-inovasi baru untuk kemajuan usaha

##### **4.1.3 Struktur Organisasi**

Vomit Café dalam menjalankan usahanya yang merupakan gabungan dari pemilik modal sekaligus menjadi karyawan dalam menjalankan usahanya. Upaya ini dilakukan sebagai bentuk penekanan biaya karyawan karena masih terbilang cukup baru dalam merintis usaha. Struktur organisasinya pun terbilang sederhana dan tiap orang memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Berikut ini merupakan susunan struktur organisasi/jobdesk pada Vomit Café:



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Vomit Café

#### Tugas dan Tanggung Jawab:

##### 1. *Kitchen*

Merupakan orang yang bertugas dan bertanggung jawab atas keseluruhan pekerjaan di area dapur, seperti membuat makanan sesuai dengan pesanan dan membersihkan alat-alat makan dan minuman yang telah digunakan.

##### 2. *Barista*

Merupakan orang yang bertanggung jawab atas area *mini bar* dan bertugas dalam membuat minuman sesuai dengan pesanan.

##### 3. *Kasir*

Merupakan orang yang bertugas melayani transaksi pembayaran atas makanan dan minuman yang di pesan serta melakukan perhitungan jumlah penjualan pada saat *closing* di malam hari.

##### 4. *Waiter*

Merupakan orang yang bertugas dalam melakukan *list order* dari konsumen dan melakukan penyajian atas makanan dan minuman yang telah dipesan.

#### 4.1.4 Tujuan Perusahaan

Vomit Café didirikan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Sebagai sarana pengelolaan modal yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan.
2. Menghasilkan produk makanan dan minuman dengan menjamin kualitas bahan bakunya.
3. Menyediakan tempat berkumpul yang seru dengan suasana yang unik.
4. Membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar.

#### 4.1.5 Kegiatan Usaha

Vomit Café merupakan suatu unit bisnis yang bergerak dalam bidang *food and beverages*. Vomit Café menjual makanan dan minuman dengan mengambil menu *western*, yang memproduksi sendiri atau membeli dari *supplier*. Jam operasional Vomit Café pada saat *weekday* (hari Senin-jumat) beroperasi mulai pukul 15.00-22.00 WIB, sedangkan untuk saat *weekend* (hari Sabtu-minggu atau hari libur) beroperasi mulai pukul 15.00-23.30 WIB.

Vomit Café pada tahun 2021 telah menjual 18.211 unit produk setiap makanan dan minuman yang ada di Vomit Café. Total penjualan keseluruhan produk yang ada di Vomit café sebesar Rp 309.587.000. Produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake* menjadi salah satu menu makanan dan minuman yang memiliki penjualan rendah dalam daftar menu yang tersedia di Vomit Café. Hal tersebut menjadi dasar objek menu yang diangkat menjadi bahan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

#### 4.2 Perhitungan Harga Jual dan Harga Pokok Produksi pada Vomit Café

Vomit Café dalam menentukan harga jual dan biaya produknya masih tergolong tradisional. Vomit Café sendiri terlebih dahulu menentukan biaya produksi lalu menghitung labanya, sehingga harga jualnya sedikit lebih mahal dibandingkan dengan dengan café lain disekitarnya.

##### 4.2.1 Perhitungan Biaya Produksi Menurut Vomit Cafe

Agar dapat bertahan dalam persaingan pasar, produk yang dihasilkan harus memiliki karakteristik tersendiri dan mutu yang baik. Vomit Café sendiri dalam melakukan proses produksi selalu mempertahankan hal tersebut, hal ini dikarenakan sudah adanya komitmen yang sudah disepakati bersama untuk menjamin produk yang dihasilkan. Pada penelitian ini, penulis mengambil sampel dua produk untuk diteliti dan menghitung “Penerapan *Target Costing* dalam Penetapan Harga Jual dan Efisiensi Biaya Produksi pada Vomit Café Tahun 2021”.

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 4. 1 Data Penjualan Vomit Café 2021

No	Jenis Produk	Harga	Unit	Jumlah
1	<i>Potato Wedges</i>	Rp20.000	944	Rp18.880.000
2	<i>Cookies Milkshake</i>	Rp18.000	803	Rp14.454.000
Total			1.747	Rp33.334.000

(Sumber: Vomit Café)

Biaya produksi yang digunakan Vomit Café Tahun 2021 untuk memproduksi produksi produk-produk diatas ini adalah:

#### 1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku merupakan semua bahan yang dipakai pada saat produksi berlangsung, yang dalam menyediakan makanan dan minuman, Vomit Café mengolahnya sendiri hingga menjadi suatu menu yang akan disajikan kepada konsumen. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh informasi mengenai bahan baku dari menu *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake*.

Berikut ini adalah data pemakaian biaya bahan baku produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake* yang terdapat pada Vomit Café 2021:

Tabel 4. 2 Data Pemakaian Bahan Baku *Potato Wedges*

No	Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Satuan Unit	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Per Unit)
1	Kentang	Rp12.000	1000 Gram	125 Gram	Rp1.500
2	Bumbu <i>Crispy</i>	Rp5.000	225 Gram	75 Gram	Rp1.666
3	Air Mineral	Rp18.000	1 Galon (19.000 MI)	100 MI	Rp94
4	Sosis Ayam	Rp27.000	1 Pack (10 Pcs)	1 Pcs	Rp2.700
5	<i>Parsley</i> Kering	Rp20.000	100 Gram	5 Gram	Rp1.000
6	Daun Selada	Rp12.000	1000 Gram	25 Gram	Rp300
7	<i>Mayonaise</i>	Rp42.000	1000 Gram	20 Gram	Rp840
8	Saus Sambal	Rp18.000	1 Botol (335 MI)	25 Gram	Rp805
9	Saus Tomat	Rp15.000	1 Botol (335 MI)	25 Gram	Rp671
Jumlah					Rp9.576

(Sumber: Vomit Café)

Tabel 4. 3 Data Pemakaian Bahan Baku *Cookies Milkshake*

No	Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Satuan Unit	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Per Unit)
1	<i>Cookies</i>	Rp11.000	1 Pack (16Pcs)	3 Pcs	Rp2.062
2	Susu Kental Manis	Rp15.000	1 Kaleng (375 MI)	30 MI	Rp1.200
3	Susu Cair <i>Fullcream</i>	Rp18.000	1 Kotak (1.000 MI)	100 MI	Rp.1.800
4	Gula	Rp18.000	1000 Gram	30 Gram	Rp540
5	Air Mineral	Rp18.000	1 Galon (19.000 MI)	200 MI	Rp189
6	<i>Chocochip</i>	Rp16.000	250 Gram	10 Gram	Rp640
7	Batu Es	Rp11.000	5000 Gram	50 Gram	Rp110
Jumlah					Rp6.541

(Sumber: Vomit Café)

Tabel 4. 4 Biaya Bahan Baku per Unit Vomit Café tahun 2021

No	Nama Menu	Biaya	Unit Produksi	Jumlah
1	<i>Potato Wedges</i>	Rp9.576	944	Rp9.039.744
2	<i>Cookies Milkshake</i>	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.

## 2. Biaya Tenaga Kerja

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 4. 5 Biaya Tenaga Kerja Vomit Café Tahun 2021

No	Bagian	Jumlah Karyawan	Biaya Gaji Bulanan	Biaya Gaji 1 Tahun
1	<i>Kitchen</i>	2	Rp3.000.000	Rp36.000.000
2	Barista	1	Rp1.500.000	Rp18.000.000
Total		3	Rp4.500.000	Rp54.000.000

(Sumber: Vomit Café)

Biaya gaji bulanan *Kitchen* per orang adalah Rp1.500.000 dengan total gaji 2 orang *Kitchen* selama 1 tahun sebesar Rp36.000.000. Biaya gaji bulanan 1 orang Barista adalah Rp1.500.000 dengan total gaji selama 1 tahun sebesar Rp. 18.000.000. Dari data tersebut, menunjukkan total biaya gaji 2 *Kitchen* dan 1 Barista sebesar Rp54.000.000 pada Vomit Café tahun 2021.

Tabel 4. 6 Alokasi Pembebanan Biaya Tenaga Kerja Vomit Café Tahun 2021

Nama Menu	Unit Produksi	Volume Produksi	Persentase Biaya	Total BTKL	Biaya Per Unit	Total Biaya
<i>Potato Wedges</i>	944	18.211	5,18%	Rp54.000.000	Rp2.965	Rp2.799.187
<i>Cookies Milkshake</i>	803		4,41%		Rp2.965	Rp2.381.088

(Sumber: Data Primer diolah)

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.

### 3. Biaya *Overhead* Pabrik

Selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, untuk melanjutkan produk yang dihasilkan Vomit Café juga memiliki daftar biaya yang dikelompokkan menjadi biaya *overhead* pabrik. Berikut adalah biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan untuk produk-produk yang dihasilkan pada Vomit Café Tahun 2021:

Tabel 4. 7 Biaya *Overhead* Pabrik Vomit Café Tahun 2021

No	Jenis Biaya	Keterangan Biaya	Biaya
1	Variabel	Beban Listrik PLN	Rp6.000.000
2	Variabel	Beban Pengemasan	Rp1.275.500
3	Variabel	Beban Operasional	Rp8.392.500
Jumlah			Rp15.668.000
4	Tetap	Beban Gaji Tidak Langsung	Rp36.000.000
5	Tetap	Beban Sewa Area	Rp6.000.000
6	Tetap	Beban Penyusutan Bangunan	Rp1.225.000
7	Tetap	Beban Penyusutan Peralatan Produksi	Rp870.000
8	Tetap	Beban Penyusutan Peralatan Kantor	Rp1.650.000
9	Tetap	Beban Penyusutan Kendaraan	Rp750.000
10	Tetap	Beban Wifi	Rp3.300.000
Jumlah			Rp49.795.000
Total			Rp65.463.000

(Sumber Vomit Café)

Penjelasan pemakaian dalam biaya *overhead* pabrik pada Vomit Café sebagai berikut:

Biaya Variabel:

1. Beban Listrik PLN
2. Beban Pengemasan

Biaya bahan pengemasan dikeluarkan pada saat adanya pesanan *take away*/tidak makan ditempat. Bahan pengemasan yang digunakan pada Vomit Cafe terdiri dari *Lunch Box*, Kantong Plastik, Kantong Plastik *Cup*, Kertas Minyak, *Cup* Plastik dan sedotan. Total keseluruhan biaya pengemasan diperhitungkan sebesar Rp1.275.500.

Tabel 4. 8 Biaya Pengemasan Vomit Café Tahun 2021

No	Bahan Baku	Biaya Bahan Baku
1	<i>Lunch Box</i>	Rp540.000
2	Kantong Plastik	Rp187.500
3	Kantong Plastik <i>Cup</i>	Rp125.000
4	Kertas Minyak	Rp62.500
5	<i>Cup</i> Plastik	Rp323.000
6	Sedotan	Rp37.500
Total		Rp1.275.500

(Sumber: Vomit Café)

### 3. Beban Operasional

Beban Operasional adalah suatu biaya yang dikeluarkan untuk menunjang kegiatan sehari-hari dalam proses produksi pada Vomit Café

Biaya Tetap:

#### 4. Beban Gaji Tidak Langsung

Beban gaji tidak langsung yang dikeluarkan Vomit Café meliputi 2 orang tenaga kerja, yang terdiri dari 1 kasir dan 1 *waiter* yang masing-masing memiliki gaji Rp.1.500.000 per bulan atau Rp36.000.000 selama setahun.

#### 5. Beban Sewa Area

#### 6. Beban Penyusutan Bangunan

#### 7. Beban Penyusutan peralatan Produksi

#### 8. Beban Penyusutan Peralatan Kantor

#### 9. Beban Penyusutan Kendaraan

#### 10. Beban WIFI

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.

Pengalokasian biaya *overhead* pabrik untuk setiap produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 9 Alokasi Pembebanan Biaya *Overhead* Pabrik Vomit Café Tahun 2021

No	Nama Menu	Unit Produksi	Volume Produksi	Persentase Biaya	Total BOP	Biaya Per Unit	Total Biaya
1	<i>Potato Wedges</i>	944	18.211	5,18%	Rp65.463.000	Rp3.595	Rp3.393.393
2	<i>Cookies Milkshake</i>	803		4,41%		Rp3.595	Rp2.886.540

(Sumber: Data Primer diolah)

Alokasi biaya *overhead* yang dibebankan untuk produk *Potato Wedges*, tarif biaya *overhead* produk per produk yaitu Rp 3.595 dari total biaya *overhead* pabrik sebesar Rp 65.463.000 dibagi volume produksi sebesar 18.211. Total biaya sebesar Rp 3.393.393 dengan persentase biaya keseluruhan produk sebesar 5,18%.

Alokasi biaya *overhead* yang dibebankan untuk produk *Cookies Milkshake*, tarif biaya *overhead* produk per produk yaitu Rp 3.595 dari total biaya *overhead* pabrik sebesar Rp 65.463.000 dibagi volume produksi sebesar 18.211. Total biaya sebesar Rp 2.886.540 dengan persentase biaya keseluruhan produk sebesar 4,41%.

Perhitungan harga pokok produksi untuk setiap produk per satu unit pada *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake* sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Tarif Biaya HPP per Produk menurut Vomit Café Tahun 2021

Keterangan	<i>Potato Wedges</i>	<i>Cookies Milkshake</i>
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.

Tabel 4. 11 Tarif Biaya HPP Menurut Vomit Café pada Tahun 2021

Keterangan	<i>Potato Wedges</i>	<i>Cookies Milkshake</i>
Biaya Bahan Baku	Rp9.039.744	Rp5.252.423
Biaya Tenaga Kerja	Rp2.798.960	Rp2.380.895
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp3.393.680	Rp2.886.785
Total Biaya	Rp15.232.384	Rp10.520.103
Unit Produksi	944	803
HPP per Unit	Rp16.136	Rp13.101
Harga Jual	Rp20.000	Rp18.000

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada tabel diatas dijelaskan bahwa HPP *Potato Wedges* memiliki total biaya sebesar Rp15.232.384 dengan rincian biaya bahan baku Rp9.039.744, biaya tenaga kerja sebesar Rp 2.798.960, dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp3.393.680 dengan unit produksi 944 menunjukkan HPP per unit Rp16.136. Produk *Cookies Milkshake* memiliki total biaya sebesar Rp10.520.103 dengan rincian biaya bahan baku Rp5.252.423, biaya tenaga kerja sebesar Rp2.380.895, dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp2.886.785 dengan unit produksi 803 menunjukkan HPP per unit Rp13.101.

Tabel 4. 12 Perhitungan Persentase Biaya dan Laba ( Menurut Perusahaan) Vomit Café Tahun 2021

Produk	Harga Jual	Biaya		Laba	
		Per Unit	Persentase	Per Unit	Persentase
<i>Potato Wedges</i>	Rp20.000	Rp16.136	80,68%	Rp3.864	19,32%
<i>Cookies Milkshake</i>	Rp18.000	Rp13.101	72,78%	Rp4.899	27,22%

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada tabel diatas dapat diketahui besarnya persentase biaya dan laba yang didapat oleh Vomit Café dari penjualan produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake*. Produk *Potato Wedges* biaya yang didapat dari penjualan per produk sebesar Rp16.136, dengan laba sebesar Rp3.864 dari harga jual Rp20.000. Biaya *Cookies Milkshake* adalah Rp13.131 dengan laba sebesar Rp4.899 dari harga jualnya sebesar Rp18.000.

#### 4.3 Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut *Target Costing*

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

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

Vomit Café memiliki beberapa jenis produk yang diproduksi, namun pada penelitian ini memfokuskan pada produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake* dikarenakan produk tersebut menjadi produk terendah dalam penjualannya pada Vomit Café, sekaligus harga yang lebih tinggi dibandingkan kompetitornya pada produk yang sama. Berikut adalah perbandingan harga antara Vomit Café dan kompetitor disekitar Vomit Café:

Tabel 4. 13 Daftar Harga Pasar

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: Data Riset)

Penentuan *target price* pada produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake* yang ada di Vomit Café ditentukan berdasarkan kebijakan pemilik usaha, serta analisis biaya dan laba yang diinginkan, namun harga yang tergolong tinggi menjadi

halangan dengan kompetitor sekitar pada produk yang sama. Pada beberapa kafe pesaing, Vomit Café mengambil penetapan harga jual untuk produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake* pada harga Rp18.000 dan Rp17.000. Diharapkan Vomit Café dapat meningkatkan penjualan pada dua sampel produk tersebut.

## 2. 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*:

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

Produk *Potato Wedges* pada laba yang diperoleh menurut perhitungan Vomit Café adalah sebesar Rp3.864. Dalam perhitungan *target costing* diatas menunjukkan bahwa laba yang ditentukan pada produk *Potato Wedges* yaitu sebesar Rp6.000. Laba yang ditetapkan Vomit Café pada produk *Potato Wedges* masih kurang dari perhitungan *target costing* dengan rasio laba 19,32%.

Pada Produk *Cookies Milkshake*, laba yang diperoleh menurut perhitungan Vomit Café adalah sebesar Rp4.899. Dalam perhitungan *target costing* diatas menunjukkan bahwa laba yang ditentukan pada produk *Cookies Milkshake* yaitu sebesar Rp5.400. Laba yang ditetapkan Vomit Café pada produk *Cookies Milkshake* masih kurang dari perhitungan *target costing* dengan rasio laba 27,22%.

## 3. Menentukan Biaya per Produk

Penjualan yang dilakukan perusahaan akan menentukan berapa biaya per unit produk yang dikeluarkan dari harga jual yang sesuai dengan kebijakan dan tujuan perusahaan. Vomit Café menentukan biaya 70% dari harga jual yang ditetapkan sebesar Rp20.000 pada produk *Potato Wedges*. Sedangkan pada produk *Cookies Milkshake*, perusahaan juga menetapkan biaya 70% dari harga jual yang ditetapkan sebesar Rp18.000.

- Perhitungan target biaya untuk produk *Potato Wedges*

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

$$= \text{Rp}14.000$$

- Perhitungan target biaya untuk produk *Cookies Milkshake*

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga jual per unit} - \text{laba per unit}$$

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

$$= \text{Rp}12.600$$

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 Rp12.600. Biaya yang ditetapkan perusahaan pada produk *Cookies Milkshake* melebihi biaya yang ditetapkan *target costing*, dengan rasio biaya 72,78%.

Tabel 4. 14 Penjualan Produk Vomit Café Tahun 2021

Produk	Pendapatan	Total Penjualan	Persentase
<i>Potato Wedges</i>	Rp18.880.000	Rp309.587.000	6,09%
<i>Cookies Milkshake</i>	Rp14.454.000		4,66%

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa persentase penjualan *Potato Wedges* lebih besar dibandingkan dengan penjualan produk *Cookies Milkshake*. Produk *Potato Wedges* memiliki persentase sebesar 6,09% dari keseluruhan penjualan beberapa produk pada Vomit Café, dengan perolehan pendapatan sebesar Rp18.880.000. Sedangkan produk *Cookies Milkshake* memiliki persentase sebesar 4,66% dari keseluruhan penjualan beberapa produk pada Vomit Café, dengan perolehan pendapatan sebesar Rp14.454.000.

Tabel 4. 15 Perhitungan Persentase Biaya dan Laba (*Target Costing*) Vomit Café Tahun 2021

Keterangan	<i>Potato Wedges</i>	<i>Cookies Milkshake</i>
Harga Jual	Rp20.000	Rp18.000
Unit Produksi	944	803
Biaya	Rp14.000	Rp12.600
Persentase Biaya	70%	70%
Total Biaya	Rp13.216.000	Rp10.117.800
Laba	Rp6.000	Rp5.400
Persentase Laba	30%	30%

Total Laba	Rp5.664.000	Rp4.336.200
------------	-------------	-------------

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada tabel diatas dapat dilihat persentase biaya dan laba dengan menggunakan *Target Costing* dalam menentukan harga jual produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake*. Produk *Potato Wedges* dengan harga jual Rp20.000 mengharapkan target biaya 70% dari harga jual yaitu sebesar Rp14.000 dengan adanya total unit yang diproduksi yaitu 944 unit, dan total keseluruhan biaya sebesar Rp13.216.000. Nilai laba yang diharapkan dengan persentase 30% dari harga jual yaitu Rp6.000 sehingga total keseluruhan laba sebesar Rp5.664.000.

Pada produk *Cookies Milkshake* dengan harga jual Rp18.000 mengharapkan target biaya 70% dari harga jual yaitu sebesar Rp12.600 dengan adanya total unit yang diproduksi sebanyak 803 unit dan total keseluruhan biaya sebesar Rp10.117.800. Nilai laba yang diharapkan pada persentase 30% dari harga jual yaitu Rp5.300 sehingga total keseluruhan laba sebesar Rp4.336.200.

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

Penentuan harga jual pada *Vomit Café* merupakan pengambilan nilai tengah antara harga produk. Penurunan harga jual disarankan agar perusahaan dapat bersaing dengan kompetitornya dan dapat meningkatkan kuantitas penjualan unitnya. Penentuan harga jual *Potato Wedges* menjadi Rp18.000 dimana sebelumnya harga jual produk tersebut sebesar Rp20.000. Harga jual *Cookies Milkshake* juga ditentukan menjadi Rp17.000 yang sebelumnya sebesar Rp18.000. Harga pada kedua produk tersebut ditentukan berdasarkan keputusan hasil diskusi dengan pemilik usaha.

Untuk memenuhi target yang sesuai dengan biaya produksi yang diharapkan, peneliti melakukan suatu alternatif sebagai suatu hal yang dapat dipertimbangkan oleh pemilik usaha dalam mengambil keputusan. Alternatif tersebut merupakan *value engineering* atau rekayasa nilai. Upaya ini diharapkan dapat memberi pertimbangan untuk pemilik usaha agar dapat mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan dengan biaya yang lebih terjangkau.

### Biaya Bahan Baku

Tabel 4.16 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku *Potato Wedges*

No.	Bahan Baku Awal	Harga Bahan Baku	Satuan Unit	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Per Unit)
1	Kentang	Rp12.000	1.000 Gram	125 Gram	Rp1.500
2	Bumbu <i>Crispy</i>	Rp3.500	200 Gram	50 Gram	Rp875
3	Air Mineral	Rp18.000	1 Galon	100 MI	Rp94

No.	Bahan Baku Awal	Harga Bahan Baku	Satuan Unit	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Per Unit)
			(19.000 Ml)		
4	Sosis Ayam	Rp29.500	30 Pcs	1 Pcs	Rp983
5	<i>Parsley</i> Kering	Rp20.000	100 Gram	3 Gram	Rp600
6	Daun Selada	Rp12.000	1.000 Gram	25 Gram	Rp300
7	<i>Mayonaise</i>	Rp23.000	1.000 Gram	20 Gram	Rp460
8	Saus Sambal	Rp18.000	335Ml	25 Ml	Rp805
9	Saus Tomat	Rp15.000	335Ml	25 Ml	Rp671
Jumlah					Rp6.288

(Sumber: Data Primer diolah)

Keterangan:

1. Mengganti Bumbu *Crispy* Sajiku seharga Rp5.000 diganti dengan produk Kobe yang harganya lebih murah Rp3.500.
2. Mengganti sosis ayam Bellfoods seharga Rp27.000 diganti dengan produk Vigo yang harganya lebih ekonomis Rp29.500.
3. Mengurangi penggunaan *parsley* kering dari kuantitas sebanyak 5 Gram menjadi 3 Gram.
4. Mengganti *mayonaise* Mamasuka seharga Rp42.000 diganti dengan produk Maestro yang harganya lebih murah Rp23.000.

Tabel 4.17 Peningkatan Efisiensi Biaya Bahan Baku *Cookies Milkshake*

No	Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Satuan Unit	Pemakaian	Biaya Bahan Baku (Per Unit)
1	<i>Cookies</i>	Rp11.000	1 Pack (16Pcs)	3 Pcs	Rp2.062
2	Susu Kental Manis	Rp11.500	1 Kaleng (375 Ml)	30 Ml	Rp920
3	Susu Cair <i>Fullcream</i>	Rp14.500	1 Kotak (1.000Ml)	100 Ml	Rp.1.450
4	Gula	Rp13.500	1000 Gram	30 Gram	Rp405
5	Air Mineral	Rp18.000	1 Galon (19.000 Ml)	200 Ml	Rp189
6	<i>Chocochip</i>	Rp11.500	250 Gram	10 Gram	Rp460
7	Batu Es	Rp11.000	5000 Gram	50 Gram	Rp110
Jumlah					Rp5.596

(Sumber: Data Primer diolah)

Keterangan:

1. Mengganti Susu Kental Manis Frisian Flag seharga Rp15.000 diganti dengan produk Cap Enak yang harganya lebih murah Rp11.500
2. Mengganti Susu Cair *Fullcream* Frisian Flag seharga Rp18.000 diganti dengan produk Diamond yang harganya lebih murah Rp14.500.
3. Mengganti gula Gulaku seharga Rp18.000 diganti dengan produk Rose Brand yang harganya lebih murah Rp13.500.
4. Mengganti *Chocochip* Colatta seharga Rp16.000 diganti dengan produk Elmer yang harganya lebih murah Rp11.500

### Biaya Tenaga Kerja

Tabel 4. 18 Peningkatan Efisiensi Biaya Tenaga Kerja

No	Bagian	Jumlah Karyawan	Biaya Gaji Bulanan	Biaya Gaji 1 Tahun
1	<i>Kitchen</i>	2	Rp3.000.000	Rp36.000.000
2	Barista	1	Rp1.500.000	Rp18.000.000
Total		3	Rp4.500.000	Rp54.000.000

(Sumber: Data Primer diolah)

Keterangan:

1. Tenaga kerja langsung pada bagian *Kitchen* gaji bulanannya sebesar Rp1.500.000 per orang, dengan total biaya gaji keseluruhan selama 1 tahun sebesar Rp36.000.000.
2. Tenaga kerja langsung pada bagian Barista gaji bulanannya sebesar Rp1.500.000 dengan total biaya gaji keseluruhan selama 1 tahun sebesar Rp18.000.000.

### Biaya Overhead Pabrik

Tabel 4.19 Peningkatan Efisiensi Biaya *Overhead* Pabrik

No	Jenis Biaya	Keterangan Biaya	Biaya
1	Variabel	Beban Listrik PLN	Rp4000.000
2	Variabel	Beban Pengemasan	Rp900.000
3	Variabel	Beban Operasional	Rp6000.000
Jumlah			Rp10.900.000
4	Tetap	Beban Gaji Tidak Langsung	Rp36.000.000
5	Tetap	Beban Sewa Area	Rp6.000.000
6	Tetap	Beban Penyusutan Bangunan	Rp1.225.000
7	Tetap	Beban Penyusutan Peralatan Produksi	Rp870.000
8	Tetap	Beban Penyusutan Peralatan Kantor	Rp1.650.000
9	Tetap	Beban Penyusutan Kendaraan	Rp750.000
10	Tetap	Beban Wifi	Rp3.300.000

Jumlah	Rp49.795.000
Total	Rp60.695.000

(Sumber: Data Primer diolah)

Keterangan:

1. Biaya *overhead* pabrik atas Biaya Listrik PLN sebesar Rp6.000.000 menjadi sebesar Rp4.000.000, dengan menganggarkan biayanya selama 1 tahun dan meminimalisir pemakaiannya.
2. Biaya *overhead* pabrik atas Biaya Pengemasan sebesar Rp1.275.500 menjadi sebesar Rp900.000, dengan menganggarkan biaya bahan pengemasan selama 1 tahun dan meminimalisir penggunaannya .
3. Biaya *overhead* pabrik atas Biaya Operasional sebesar Rp8.392.500 menjadi sebesar Rp6.000.000 dengan menganggarkan biayanya selama 1 tahun dan meminimalisir pemakaiannya .

### **Penerapan Target Costing**

#### 1. Menentukan Harga Pasar

Pada saat ini Vomit Café memiliki beberapa jenis produk yang dihasilkan. Namun pada penelitian ini penulis memfokuskan pada produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake* karena kedua produk ini dalam harga jualnya masih lebih tinggi dibandingkan dengan para kompetitor disekitarnya, maupun dibandingkan dengan menu yang ada pada Vomit Café itu sendiri.

Penentuan harga jual ini diambil dari pertimbangan dari harga jual para kompetitor, sehingga harga jual yang ditetapkan dapat sesuai dengan harga pasaran pada area sekitar Vomit Café. Penetapan harga jual pada produk *Potato Wedges* sebesar Rp18.000 dan pada produk *Cookies Milkshake* sebesar Rp17.000.

#### 2. Menghitung Target Laba

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

- Perhitungan target laba pada produk *Potato Wedges*

$$\begin{aligned}\text{Target laba} &= \text{Harga jual} - \text{Biaya per unit} \\ &= \text{Rp18.000} - (70\% \times \text{Rp18.000}) \\ &= \text{Rp5.400}\end{aligned}$$

- Perhitungan target laba pada produk *Cookies Milkshake*

$$\begin{aligned}\text{Target laba} &= \text{Harga jual} - \text{Biaya per unit} \\ &= \text{Rp17.000} - (70\% \times \text{Rp17.000}) \\ &= \text{Rp5.100}\end{aligned}$$

Penjualan produk yang dilakukan oleh Vomit Café pada produk *Potato Wedges* menentukan laba 30% dari harga jual yang ditetapkan sebesar Rp18.000 yaitu

dengan laba Rp5.400 dan pada produk *Cookies Milkshake* juga menentukan laba 30% dari harga jual yang ditetapkan Rp17.000 yaitu dengan laba Rp5.100.

### 3. Menentukan Biaya Per Produk

Berdasarkan harga jual yang telah ditetapkan, perusahaan juga telah menentukan laba yang diinginkan sehingga dapat menentukan tingkat biaya yang harus dikeluarkan dalam melakukan proses produksi.

- Perhitungan target biaya pada produk *Potato Wedges*

$$\begin{aligned}\text{Target Biaya} &= \text{Harga jual} - \text{Laba per unit} \\ &= \text{Rp18.000} - (30\% \times \text{Rp18.000}) \\ &= \text{Rp12.600}\end{aligned}$$

- Perhitungan target biaya pada produk *Cookies Milkshake*

$$\begin{aligned}\text{Target Biaya} &= \text{Harga jual} - \text{laba per unit} \\ &= \text{Rp16.000} - (30\% \times \text{Rp16.000}) \\ &= \text{Rp11.900}\end{aligned}$$

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.

## 4.4 Pembahasan dan Interpretasi

### 4.4.1 Penerapan Metode Target Costing dalam Penghematan Biaya

Penerapan *target costing* sangat berguna untuk dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut berguna untuk mengatur seberapa banyak biaya yang harus dikeluarkan dalam proses produksinya sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal. Berikut adalah tabel perbandingan biaya menurut perusahaan dengan biaya menurut *target costing*:

Tabel 4. 20 Perbandingan Biaya Produksi Vomit Café Tahun 2021

Produk	Biaya Menurut Perusahaan	Biaya Menurut <i>Target Costing</i>	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%.

Tabel 4.21 Perbandingan Biaya Produksi per Unit Vomit Café Tahun 2021

Produk	Biaya Menurut Perusahaan	Biaya Menurut <i>Target Costing</i>	Selisih Biaya	Penghematan Biaya
<i>Potato Wedges</i>	Rp16.136	Rp14.000	Rp2.136	13,23%
<i>Cookies Milkshake</i>	Rp13.101	Rp12.600	Rp501	3,82%

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya produksi per unit menurut perusahaan pada produk *Potato Wedges* sebesar Rp16.136, sedangkan biaya menurut *target costing* Rp14.000 memiliki selisih biaya sebesar Rp2.136 dengan persentase 13,23%. Biaya produksi per unit menurut perusahaan pada produk *Cookies Milkshake* sebesar Rp13.101, sedangkan menurut *target costing* Rp12.600 memiliki selisih biaya sebesar Rp501 dengan persentase 3,82%.

#### 4.4.2 Perbedaan Biaya Produksi Menurut Perusahaan dan *Target Costing*

Dalam menerapkan metode *target costing* terdapat perbedaan dengan penerapan yang dilakukan perusahaan sebelumnya. Digunakannya rekayasa nilai pada Vomit Café, terbukti dapat menghasilkan penekanan biaya yang cukup efisien dan memungkinkan untuk menurunkan harga jualnya.

Tabel 4. 22 Perbandingan dalam Efisiensi Biaya Produksi *Potato Wedges* Menurut Perusahaan dan *Target Costing*

Keterangan	Biaya Menurut Perusahaan	Biaya Menurut <i>Target Costing</i>	Selisih Biaya
Kentang	Rp1.500	Rp1.500	-
Bumbu <i>Crispy</i>	Rp1.666	Rp875	Rp791
Air Mineral	Rp94	Rp94	-
Sosis Ayam	Rp2.700	Rp983	Rp1.717
<i>Parsley</i> Kering	Rp1.000	Rp600	Rp400
Daun Selada	Rp300	Rp300	-
<i>Mayonaise</i>	Rp840	Rp460	Rp380
Saus Sambal	Rp805	Rp805	-
Saus Tomat	Rp671	Rp671	-
Total BBB	Rp9.576	Rp6.288	Rp3.288
Total BTKL	Rp2.965	Rp2.965	-
Total BOP	Rp3.595	Rp3.332	Rp263
Total Biaya Keseluruhan	Rp16.136	Rp12.585	Rp3.551

Harga Jual	Rp20.000	Rp18.000	Rp2.000
Target Biaya	80,68%	69,91%	

(Sumber: Data Primer diolah)

Sebagai upaya melakukan efisiensi biaya, peneliti melakukan opsi penurunan biaya produksi dengan bahan baku yang lebih ekonomis dan penekanan pada biaya *overhead*. Pada produk *Potato Wedges* memiliki selisih biaya keseluruhan sebesar Rp3.551. Target biaya yang didapat pada perhitungan perusahaan sebesar 80,68%, dan pada *target costing* sebesar 69,91%. Hal ini dapat dijadikan pertimbangan oleh Vomit Café dalam mengurangi anggaran biaya agar dapat tercapainya biaya yang ditargetkan yaitu 70% dari harga jual.

Tabel 4. 23 Perbandingan dalam Efisiensi Biaya Produksi *Cookies Milkshake* Menurut Perusahaan dan *Target Costing*

Keterangan	Biaya Menurut Perusahaan	Biaya Menurut <i>Target Costing</i>	Selisih Biaya
<i>Cookies</i>	Rp2.062	Rp2.062	-
Susu Kental Manis	Rp1.200	Rp920	Rp280
Susu Cair <i>Fullcream</i>	Rp1.800	Rp1.450	Rp350
Gula	Rp540	Rp405	Rp135
Air Mineral	Rp189	Rp189	-
<i>Chocochip</i>	Rp640	Rp460	Rp180
Batu Es	Rp110	Rp110	-
Total BBB	Rp6.541	Rp5.596	Rp946
Total BTKL	Rp2.965	Rp2.965	-
Total BOP	Rp3.595	Rp3.332	Rp263
Total Biaya Keseluruhan	Rp13.101	Rp11.893	Rp1.208
Harga Jual	Rp18.000	Rp17.000	Rp1.000
Target Biaya	72,78%	69,95%	

(Sumber: Data Primer diolah)

Pada produk *Cookies Milkshake* perhitungan biaya menurut *target costing* sebesar Rp11.893 dengan persentase biaya 69,95% dari harga jual yang ditargetkan sebesar Rp17.000. Hal ini berhasil meningkatkan efisiensi biaya yang dikeluarkan dengan selisih biaya sebesar Rp1.208.

#### 4.4.3 Metode *Target Costing* dalam Pengurangan Biaya dengan Rekayasa Nilai

Tabel 4. 24 Metode *Target Costing* Setelah Rekayasa Nilai

Keterangan	<i>Potato Wedges</i>	<i>Cookies Milkshake</i>
Harga Jual	Rp18.000	Rp17.000

Keterangan	<i>Potato Wedges</i>	<i>Cookies Milkshake</i>
Unit Produksi	944	803
Biaya	Rp12.585	Rp11.893
Persentase Biaya	69,91%	69,95%
Total Biaya	Rp11.880.240	Rp9.550.079
Laba	Rp5.415	Rp5.107
Persentase Laba	30,09%	30,05%
Total Laba	Rp5.111.760	Rp4.100.921

(Sumber: Data Primer diolah)

Setelah melakukan rekayasa nilai, tabel diatas menunjukkan harga jual produk *Potato Wedges* sebesar Rp18.000. Biaya per unitnya sebesar Rp12.585, dengan rasio biaya 69,91% dan total biaya keseluruhan sebesar Rp11.880.240. Laba pada produk tersebut sebesar Rp5.415 dengan rasio laba 30,09% dan total laba keseluruhan sebesar Rp5.111.760.

Rekayasa nilai pada produk *Cookies Milkshake* dengan harga jualnya sebesar Rp17.000, biaya yang dikeluarkan sebesar Rp11.893 dengan rasio biaya sebesar 69,95% dan total keseluruhan biaya sebesar Rp9.550.079. Laba pada produk tersebut sebesar Rp5.107 dengan rasio laba 30,05% dan total laba keseluruhan sebesar Rp4.100.921.

Tabel 4. 25 Perbandingan Target Biaya per Unit Produk Menurut Perusahaan dan *Target Costing* Setelah Rekayasa Nilai

Produk	Biaya Menurut Perusahaan	Biaya Menurut <i>Target Costing</i>	Selisih Biaya	Penghematan Biaya
<i>Potato Wedges</i>	Rp16.136	Rp12.585	Rp3.551	22%
<i>Cookies Milkshake</i>	Rp13.101	Rp11.893	Rp1.208	9,22%

(Sumber: Data Primer diolah)

Dalam melakukan rekayasa nilai pada Vomit Café, menunjukkan adanya efisiensi biaya pada kedua produk yang diteliti. Produk *Potato Wedges* memiliki selisih biaya yaitu sebesar Rp3.551 dengan rasio penghematan biaya sebesar 22%. Pengurangan biaya pada produk *Cookies Milkshake* memiliki selisih biaya sebesar Rp1.208 dengan rasio penghematan biaya sebesar Rp9,22%.

Hasil penelitian diatas dapat diambil kesimpulan atas penerapan *target costing* merupakan penerapan yang tepat dalam mengelola dan menurunkan biaya produksi pada Vomit Café. Penelitian ini membahas upaya dalam penurunan biaya pada tahap produksi makanan dan minuman dengan produk *Potato Wedges* dan *Cookies Milkshake* untuk menentukan berapa besaran biaya yang dikeluarkan dengan menekankan pemborosan pengeluaran pada saat pembelian bahan baku dan biaya *overhead* pabrik.

Hal lain yang mendukung keberhasilan *target costing* dalam menekankan biaya produksi terletak juga pada analisis metode *value engineering* atau rekayasa nilai produk pada tahap desain, karena pada tahap ini lah sebagian besar biaya produk ditentukan dan pembengkakan biaya yang mungkin terjadi dapat diantisipasi.

Selisih yang dihasilkan dengan menggunakan *target costing* memang masih dalam golongan ribuan rupiah per unit, namun apabila perusahaan dapat menghasilkan produk dalam jumlah yang banyak, tentunya selisih tersebut dapat berpengaruh secara signifikan dalam mempengaruhi laba yang akan diperoleh dan meningkatkan perkembangan perusahaan.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

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%.

Kesimpulan setelah menggunakan *target costing*, Vomit Café dapat memiliki harga jual baru yang lebih kompetitif dengan meningkatkan efisiensi biaya produksi dan tercapainya target biaya sebesar 70% serta laba sebesar 30%. Hal tersebut menunjukkan bahwa metode *target costing* sebagai penentuan harga jual dan peningkatan efisiensi biaya produksi terbukti efektif diterapkan pada Vomit Café.

#### **5.2 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*. Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi, 6(4).
- 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)
- Mulyadi. 2015 *Akuntansi Biaya Edisi ke-5*. 5th edn. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Nanda, N.S. & Wasito, S. E. (2019). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Pengalaman Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa. Program Studi Manajemen Angkatan 2015 dan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung)*. Skripsi. Bandung. Universitas Pasundan
- 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).
- Riwayadi. 2014. *Akuntansi Biaya: Pendekatan Tradisional dan Kontemporer*. Jakarta, Indonesia. Salemba Empat.
- Rohmah, Y. N. 2016. *Penerapan metode target costing dalam penetapan harga jual untuk mengoptimalkan laba perusahaan: Studi kasus pada UKM Agronas Gizi Food Kota Batu Malang*. Skripsi. Malang. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

- 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).
- Witjaksono, Armanto. 2013. *Akuntansi Biaya*. Penerbit Graha Ilmu: Yogyakarta
- Zuanda, Mochammad Syam. 2019. *Penerapan target costing sebagai sistem penetapan harga jual dan penekanan biaya pada DnD Café Tahun 2018*. Skripsi. Bogor. Universitas Pakuan.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zaini Miftahussalam

Alamat : Jl H. Sairun 6 Rt 02/05 Blok A No.12 Kp.Jati, Kec. Parung,  
Kab. Bogor.

Tempat Tanggal Lahir : Bogor, 09 Agustus 1999

Agama : Islam

Pendidikan

- SD : M.I. Arrahman Depok
- SMP : Mts. Daar El-Qolam Islamic Boarding School Tangerang
- SMA : SMA Negeri 1 Ciseeng

Bogor, Maret 2023

Peneliti,



(Zaini Miftahussalam)

## LAMPIRAN

