



**ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM
PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI
PADA UMKM PRODUKSI TEMPE
(CITEUREUP PERIODE 2023)**

Skripsi

Diajukan Oleh
Putri Miranda Hutajulu
022120118

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
MEI 202**



**ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM
PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI
PADA UMKM PRODUKSI TEMPE
(CITEUREUP PERIODE 2023)**

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
(Towaf Totok Irawan, SE, ME, Ph.D)

Ketua Program Studi Akuntansi
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA, CMA, CCSA,
CA, CSEP, QIA., CFE., CGCE)

**ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING DALAM
PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA UMKM
PRODUKSI TEMPE
(CITEUREUP PERIODE 2023)**


Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari Senin, tanggal 29 Juli 2024

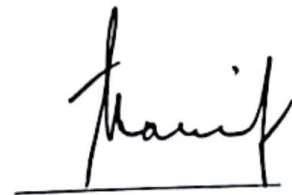
Putri Miranda Hutajulu
022120118

Disetujui

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



Ketua Komisi Pembimbing
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA, CMA,
CCSA, CA, CSEP, QIA)



Anggota Komisi Pembimbing
(Dr. Asep Alipudin, S.E., M.Ak)



PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Miranda Hutajulu

NPM : 022120118

Judul Skripsi : Analisis Penerapan Target Costing Dalam Penentuan Harga Pokok
Produksi Pada UMKM Produksi Tempe

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi diatas 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 lain 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, Juni 2024



Putri Miranda Hutajulu

022120118

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun
2024
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 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

PUTRI MIRANDA HUTAJULU. 022120118. Analisis Penerapan Target Costing dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Pada UMKM Tempe (Citeureup Periode 2023). Di bawah bimbingan : ARIEF TRI HARDIYANTO dan ASEP ALIPUDIN.2024.

Penelitian ini bertujuan menganalisis sejauh mana pengetahuan pemilik UMKM, terutama pengrajin tempe, terkait laporan keuangan dan strategi keuangan memengaruhi kemampuan mereka melacak pendapatan, biaya, dan margin keuntungan untuk mengatasi tantangan kenaikan harga bahan baku. Penelitian mengidentifikasi strategi yang dapat digunakan UMKM pengrajin tempe untuk mengelola kenaikan harga bahan baku, khususnya kedelai, dengan menekankan penggunaan metode *target costing* sebagai Solusi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif eksploratif studi kasus. Tujuannya mengumpulkan informasi aktual tentang masalah penelitian. Fokusnya yaitu penerapan target costing dalam menentukan harga pokok produksi dan memberikan pemahaman yang lebih baik. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan *target costing* berhasil meningkatkan efisiensi biaya produksi tempe. Biaya produksi dapat ditekan lebih rendah dengan metode ini, berdampak positif terhadap peningkatan laba UMKM tempe. Peneliti menyarankan UMKM mempertimbangkan perhitungan harga pokok produksi, menerapkan metode *target costing* secara konsisten, dan melakukan pemantauan harga pasar serta biaya produksi untuk mengoptimalkan keuntungan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi keuangan UMKM pengrajin tempe dalam menghadapi kenaikan harga bahan baku.

Kata Kunci : *Target Costing*, HPP, Strategi

PRAKATA

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk, serta kekuatan-Nya yang telah menggiring penulis melalui perjalanan panjang dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi pada penelitian ini merupakan salah satu syarat penyelesaian pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Adapun judul skripsi yang penulis jadikan topik dalam penulisan skripsi dalam penelitian ini yaitu “ **Analisis Penerapan Target Costing Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Pada UMKM Produksi Tempe** “.

Dalam penyusunan penelitian ini penulis mendapat banyak dukungan, bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan segala berkah, nikmat, kemudahan, serta kelancaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi pada penelitian ini.
2. Kedua orang tua terbaik yang Allah SWT berikan kepada penulis yang selalu mendoakan anaknya agar cepat lulus, dan selalu memberikan dukungan baik moril materil.
3. Kakak terbaik yang sudah membiayai saya selama perkuliahan, sehingga saya bisa berada di Universitas Pakuan.
3. Bapak Prof. Dr. Rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Pakuan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar dan mengembangkan diri di Universitas Pakuan.
4. Ibu Dr. Retno Martanti Endah Lestari, S.E., M.Si., CMA., CAPM., CAP dan Ibu Enok Rasmanah, S.E., M.Acc selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
5. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA., CFE., CGCE. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor dan selaku ketua komisi Pembimbing yang senantiasa banyak memberikan bimbingan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi pada penelitian ini dengan baik.
6. Bapak Dr. Asep Alipudin, SE., M.Ak, CSA. Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membantu serta mengarahkan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Sahabat dan teman yang memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.

8. Bapak Budi selaku pemilik UMKM Tempe yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan data yang dibutuhkan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, penulis berdoa untuk semua pihak yang telah membantu penulis diberikan rahmat dan kebaikan yang telah mereka berikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi pada penelitian ini masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan, bahasa, maupun isinya. Namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat memenuhi persyaratan yang telah ditentukan.

Bogor, 25 Juni 2024



Putri Miranda Hutajulu

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN & PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHANAN HAK CIPTA	iv
LEMBAR HAK CIPTA	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Ruang Lingkup	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Akuntansi Manajemen.....	7
2.2. Pengertian Biaya.....	7
2.2.1. Klasifikasi Biaya	8
2.3. Penetapan Harga Jual	13
2.3.1. Tujuan Penentuan Harga Jual.....	14
2.3.2. Faktor – Faktor Dalam Menentukan Harga Jual	15
2.3.3. Pendekatan Untuk Menentukan Harga Jual	16
2.4. Harga Pokok Produksi.....	19
2.4.1. Pengertian Harga Pokok Produksi	19
2.4.2. Komponen Perhitungan Harga Pokok Produksi	19

2.4.3.	Tujuan Menentukan Harga Pokok Produksi	20
2.4.4.	Manfaat Harga Pokok Produksi	21
2.5.	Target Costing	21
2.5.1.	Prinsip-prinsip Penerapan <i>Target Costing</i>	23
2.5.2.	Manfaat Target Costing.....	24
2.6.	Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran.....	25
2.6.1.	Penelitian Sebelumnya	25
2.6.2.	Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III		34
METODE PENELITIAN.....		34
3.1.	Jenis Penelitian	34
3.2.	Objek, UMKM Analisis, dan Lokasi Penelitian	34
3.3.	Jenis dan Sumber Data Penelitian	34
3.4.	Oprasionalisasi Variabel.....	34
3.5.	Metode Pengumpulan Data	35
3.6.	Metode Analisis Data	36
BAB IV		38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Gambaran Umum Usaha Tempe Citeureup.....	38
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	38
4.1.2	Tujuan Perusahaan	38
4.1.3	Kegiatan Usaha	39
4.2	Perhitungan Harga Jual Menggunakan Perhitungan Perusahaan	39
4.2.1	Daftar Biaya Produksi Pada Usaha Tempe Citeureup.....	40
4.3	Penetapan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Usaha Tempe.....	43
4.4	Daftar Biaya Produksi Bahan Baku Ketika Harga Bahan Baku Rendah.....	46
4.4.1	Harga Bahan Baku Tempe Normal	46
4.4.2	Perbandingan Harga Pokok Produksi Ketika Harga Kedelai Normal ..	47
4.4.3	Perbandingan Perhitungan Laba Usaha Tempe	49
4.5	Langkah-langkah <i>Target Costing</i>	50
4.5.1	Menentukan Harga Pasar	50
4.5.2	Menentukan Target Laba	50
4.5.3	Menentukan Biaya Per Produk.....	50
4.6	Penerapan Target Costing Pada Usaha Tempe	52

4.6.1	<i>Value Engineering</i> Usaha Tempe.....	52
BAB V	58
SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan HPP.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	29
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	35
Tabel 4. 1 Ringkasan Data Produksi Usaha Tempe per November 2023.....	40
Tabel 4. 2 Data Pemakaian Bahan Baku Tempe Usaha Tempe per November 2023.	41
Tabel 4. 3 Biaya Bahan Baku per Produk Usaha Tempe per November 2023.....	41
Tabel 4. 4 Biaya Tenaga Kerja Usaha Tempe per November 2023.....	42
Tabel 4. 5 Biaya Pembebanan Gaji Tenaga Kerja Usaha Tempe per November 2023	42
Tabel 4. 6 Daftar Biaya Overhead Pabrik Usaha Tempe per November 2023.....	43
Tabel 4. 7 Alokasi Pembebanan Biaya Overhead Usaha Tempe per November 2023	43
Tabel 4. 8 HPP per Produk Tempe Daun Menurut Usaha Tempe per November 2023	44
Tabel 4. 9 HPP per Produk Tempe Plastik Menurut Usaha Tempe per November 2023	45
Tabel 4. 10 Elemen Biaya Harga Pokok Produksi Usaha Tempe per November 2023	45
Tabel 4. 11 Data Pemakaian Bahan Baku Tempe Harga Normal.....	46
Tabel 4. 12 Biaya Bahan Baku per Produk Tempe Harga Normal.....	46
Tabel 4. 13 HPP per Produk Tempe Daun Menurut Usaha Tempe Harga Normal	47
Tabel 4. 14 HPP per Produk Tempe Plastik Menurut Usaha Tempe Harga Normal ..	47
Tabel 4. 15 Elemen Biaya Harga Pokok Produksi Tempe Harga Normal.....	48
Tabel 4. 16 Laba Rugi Usaha Tempe Harga Naik	49
Tabel 4. 17 Laba Rugi Usaha Tempe Harga Normal	49
Tabel 4. 18 Analisis Perhitungan Biaya dan Laba Tempe Berdasarkan Usaha Tempe	51
Tabel 4. 19 Perhitungan Biaya dan Laba Tempe Menggunakan Metode Target Costing	51
Tabel 4. 20 Peningkatan Efisiensi Produksi Usaha Tempe	53
Tabel 4. 21 Peningkatan Efisiensi Bahan Baku Usaha Tempe.....	53
Tabel 4. 22 Peningkatan Efisiensi Biaya Overhead Usaha Tempe.....	54
Tabel 4. 23 Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi Usaha Tempe	54
Tabel 4. 24 Metode Target Costing Setelah Rekayasa Nilai Usaha Tempe	55
Tabel 4. 25 Perbandingan Biaya per Produk Dengan Perhitungan Pemilik dan Perhitungan Target Costing Melalui Biaya Produksi Pada UMKM Tempe.....	56
Tabel 4. 26 Perbandingan Biaya Perbulan Dengan Perhitungan Pemilik dan Perhitungan Target Costing Melalui Efisiensi Biaya Produksi Pada Usaha Tempe...	56
Tabel 4. 27 Perbandingan Laba Perbulan Dengan Perhitungan Pemilik dan Perhitungan Target Costing Melalui Efisiensi Laba Produksi Pada Usaha Tempe	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kurva Harga Kedelai	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.1. Ilustrasi Target Costing	22
Gambar 2.2. Prinsip-prinsip Target Costing.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.3. Proses Penetapan Target Costing Hingga Penetapan Harga..	24 Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara	65
Lampiran 2 Proses Produksi Tempe.....	69

BAB I

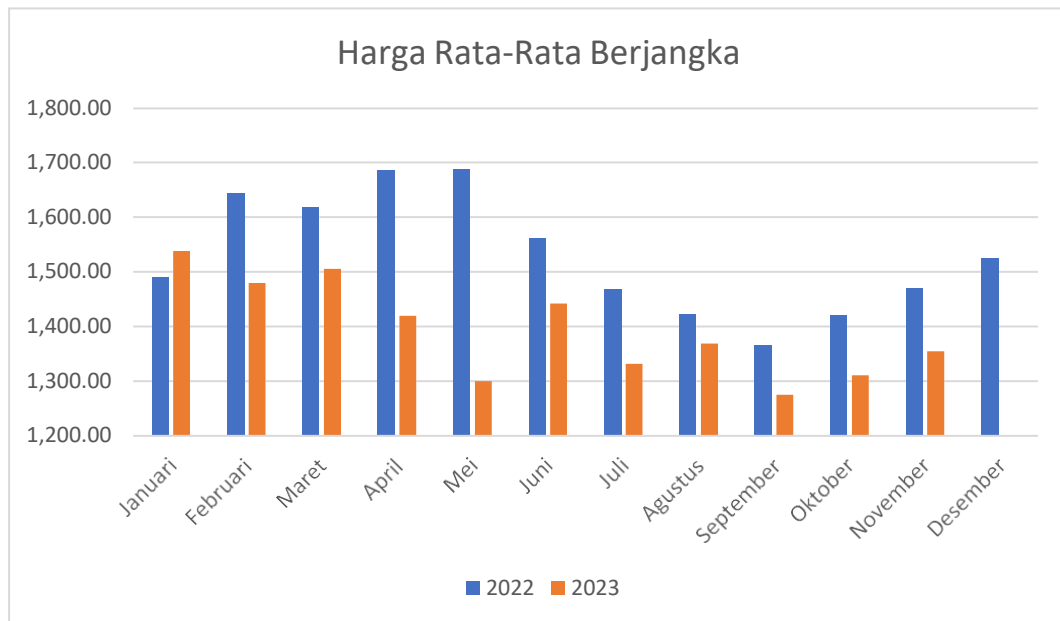
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini sangat pesat. Persaingan tidak hanya terjadi pada perusahaan besar, namun juga terjadi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Didukung oleh faktor-faktor seperti stabilitas politik, reformasi ekonomi, dan pertumbuhan penduduk yang kuat, hal ini menciptakan peluang bisnis yang luas diberbagai bidang. UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian disuatu negara. Di banyak negara termasuk Indonesia, UMKM sangat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, tidak hanya itu UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap lapangan perkerjaan sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran. UMKM menjadi sumber utama perkerjaan bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan ke akses lapangan kerja yang formal.

Salah satu sektor UMKM yang saya teliti yaitu pengrajin tempe, tempe merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang mengandung sumber protein nabati dan memiliki nilai gizi tinggi (Azwar, n.d.). Indonesia merupakan negara dengan konsumsi kedelai terbesar setelah cina. Namun sangat disayangkan produksi kedelai lokal semakin menurun, sementara permintaan semakin meningkat dan memerlukan stok kedelai setiap hari bagi pengrajin yang memproduksi tempe. Permintaan kedelai sehari-hari tidak dapat dipenuhi dengan kedelai produksi lokal, sehingga Indonesia harus mengimpor kedelai dengan harga yang relatif tinggi. Peningkatan impor kedelai setiap tahunnya merupakan permasalahan yang dihadapi Indonesia. Sebagai negara yang banyak mengkonsumsi tempe, namun Indonesia harus mengimpor kedelai dengan jumlah besar untuk memenuhi kebutuhan produksi pangan. Hal ini menimbulkan kerentanan terhadap fluktuasi harga kedelai di pasar global.

Menurut rapat kerja nasional PPID Balai Besar Pengembangan Pengujian Mutu Benih Tanaman Pangan Dan Hortikultura yang dihadiri oleh Presiden Republik Indonesia (Eli Kuncoro, n.d.), mengatakan bahwa kenaikan harga kedelai merupakan permasalahan yang berulang setiap tahunnya menurut kementerian pertanian, kebutuhan kedelai dalam negeri mencapai 2,8 juta ton setiap tahunnya, sedangkan produksi dalam negeri hanya berkisar 300.000 hingga 400.000 ton pertahun. Artinya 2,5 juta ton harus diimpor dari luar negeri. Tingginya permintaan kedelai di pasar dunia dan berkurangnya produksi menjadi penyebab utama kenaikan harga kedelai. Impor kedelai terbanyak Indonesia dari Amerika Serikat (Santika, n.d.) dan usaha yang saya teliti mengimpor kedelai dari Amerika. Berikut harga rata-rata kedelai AS di pasar internasional :



Gambar 1.1. Kurva Harga Kedelai

Sumber: <https://shorturl.asia/e0Xjv>

Menurut data kementerian pertanian (Idris, n.d.) sekitar 90% kebutuhan kedelai di dalam negeri dipenuhi dari impor, sekitar 70% kedelai dialokasikan untuk produksi tempe, 25% untuk produksi tahu, dan sisanya untuk produk lain. Dari riset diatas bahwa kebutuhan kedelai terbesar digunakan untuk memproduksi tempe. Hal ini sangat disayangkan jika Indonesia harus mengimpor kedelai secara terus menerus, ketergantungan impor kedelai ini memiliki dampak negatif pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dapat mempengaruhi biaya terkait produksi karena kedelai merupakan bahan baku pembuatan tempe. Di bawah ini dapat dilihat perbedaan yang cukup besar jika terjadinya kenaikan harga bahan baku kedelai. Berikut ini merupakan perbandingan perhitungan laba kotor.

Tabel 1. 1 Perbandingan HPP

Komponen	Normal	Tinggi
Penjualan Bersih	Rp1.300.000,00	Rp1.300.000,00
Harga Pokok Produksi	Rp722.500,00	Rp1.114.500,00
Laba Kotor	Rp577.500,00	Rp186.000,00

Sumber: Usaha Produksi Tempe

Berdasarkan data dan perhitungan diatas, Usaha tempe dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks terutama terkait pengendalian biaya produksi, yang selanjutnya berimbas pada penentuan harga jual produk. Harga jual tempe biasanya ditentukan berdasarkan harga pasar yang berlaku. Hal ini menyebabkan Usaha tempe menghadapi tekanan keuangan yang signifikan dan kesulitan untuk menaikkan harga jual produk mereka. Meskipun produsen tempe melakukan tindakan demonstrasi serempak dan mogok berjualan selama 3 (tiga) hari untuk menaikkan harga jual, upaya tersebut tidak membuahkan hasil. Harga jual tempe tetap normal. Bahkan, jika pedagang menaikkan harga secara sepihak, hal itu dapat mengakibatkan pelanggan beralih ke tempat lain yang menjual dengan harga yang masih normal. Situasi ini menunjukkan bahwa produsen tempe tidak dapat menetapkan harga jual harga semaunya.

Dengan permasalahan yang terjadi, penting untuk pemilik memiliki pengetahuan yang memadai dalam sistem perhitungan keuangan dan produksi yang terstruktur. Dikarenakan dalam proses penakaran kedelai pun tidak adanya perhitungan yang akurat dan hanya mengira-ngira jumlah kedelai yang digunakan. Dengan adanya laporan keuangan dan produksi yang teratur, pemilik usaha dapat melacak pendapatan, biaya, dan keuntungan mereka. Sehingga dapat membantu ketika menghadapi kenaikan harga bahan baku, dan melacak kecurangan yang kemungkinan terjadi di usaha mereka. Dengan demikian, penggunaan metode *target costing* dalam menentukan harga pokok produksi menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi tantangan biaya terkait dengan kenaikan harga bahan baku. Jika harga kedelai naik, maka biaya produksi tempe juga meningkat. Tujuan utamanya yaitu untuk memastikan bahwa biaya produksi tidak melebihi harga jual yang diinginkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan (Gui, 2022).

Target costing, merupakan suatu metode yang digunakan dalam manajemen biaya untuk menentukan harga jual yang kompetitif berdasarkan biaya produksi yang telah ditentukan dalam suatu produk sesuai dengan target laba yang diharapkan. Konsep *target costing* sangat penting ketika persaingan semakin ketat dan tingkat penawaran jelas melebihi tingkat permintaan, dimana kekuatan pasar mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap tingkat harga. Oleh karena itu, *target costing* diperlukan untuk mencapai tujuan pengurangan biaya perusahaan, yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat harga yang kompetitif. Sehingga dengan menerapkan *target costing*, perusahaan dapat menghindari risiko membawa produk ke pasar dengan biaya produksi yang terlalu tinggi sehingga semakin sulit bersaing di pasar.

Target costing digunakan oleh manajemen yang sebagai sistem akuntansi biaya yang efektif untuk mengelola biaya pada desain dan pengembangan produk

dan diperlukannya adanya riset lapangan (Simanjuntak dan Doloksaribu,2021). Adapun yang menyatakan bahwa *target costing* merupakan penentuan perkiraan biaya suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif sehingga produk tersebut dapat menghasilkan keuntungan yang diharapkan (Tambunan, Ventje, Rudy J. Pusung,2021). Adapun menurut pendapat lainnya bahwa *target costing* merupakan alat strategis yang berperan penting dalam menentukan biaya produksi dengan menyesuaikannya dengan harga pasar dan margin keuntungan yang diinginkan (Alkababji, 2023). Hal ini memungkinkan penghematan biaya di awal siklus hidup produk. Selain itu, mengintegrasikan perbaikan berkelanjutan dan *target costing* dapat membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Memiliki laporan keuangan yang akurat dan menghitung keuntungan dengan benar sangatlah penting untuk mengelola usaha dengan baik. Dengan adanya *target costing* dapat menjadi alat yang berguna untuk membantu UMKM menentukan harga jual yang kompetitif dengan tetap menjaga profitabilitas dan berguna dalam menentukan keuntungan yang lebih efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan metode *target costing* untuk menentukan harga pokok produksi pada usaha produksi tempe.

1.2. Identifikasi Masalah

Tingginya harga kedelai sangat mempengaruhi biaya bahan baku. Sehingga ketika terjadinya kenaikan harga bahan baku, pemilik usaha belum mencapai keuntungan yang diinginkan seperti harga kedelai normal. Sehingga berakibat pada ketidak mampuan untuk menciptakan target laba/profit. Maka diperlukan suatu metode alternatif agar tercapainya peningkatan laba yang diinginkan. Salah satunya dengan menggunakan metode *target costing*.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi dalam metode *target costing* sebagai upaya peningkatan laba pada UMKM produksi tempe?
2. Bagaimana efisiensi biaya dalam metode *target costing* sebagai upaya peningkatan laba pada UMKM produksi tempe?
3. Bagaimana perbandingan peningkatan laba sebelum dan sesudah perhitungan metode *target costing* pada UMKM produksi tempe.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi dalam metode *target costing* sebagai upaya peningkatan laba pada Usaha produksi tempe. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis

efisiensi biaya dalam metode target costing sebagai upaya peningkatan laba pada Usaha produksi tempe. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis perbandingan peningkatan laba sebelum dan sesudah perhitungan metode target costing pada usaha produksi tempe. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang manfaat dan efektivitas metode *target costing* dalam meningkatkan laba UMKM yang bergerak di industri produksi tempe.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa manfaat bagi para pihak diantaranya :

1. Bagi Usaha Tempe :
 - Memahami konsep *target costing* dan bagaimana menerapkannya untuk menentukan biaya produk, sehingga meningkatkan efisiensi biaya produksi
 - Memahami integrasi antara *target costing* dan *product pricing*, untuk dapat menentukan harga yang kompetitif dan menguntungkan.
 - Mengidentifikasi dan mengatasi tantangan dan hambatan dalam penerapan *target costing*, untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaan.
2. Manfaat bagi peneliti :
 - Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman konsep *target costing* dalam konteks UMKM penghasil tempe.
 - Memberikan referensi dan landasan penelitian lebih lanjut mengenai penerapan *target costing* pada sektor UMKM.
3. Manfaat bagi pemerintah :
 - Mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai tantangan dan hambatan yang dihadapi UMKM manufaktur tempe dalam menerapkan *target costing*, sehingga dapat merancang kebijakan dan program untuk mendukung pengembangan UMKM.

1.6. Ruang Lingkup

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yang memadukan metode kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif akan digunakan untuk mengumpulkan data numerik terkait penerapan *target costing*, sedangkan metode kualitatif akan digunakan melalui wawancara dengan pemilik usaha yang menjadi subjek penelitian. Ruang lingkup penelitian ini adalah menganalisis penerapan metode *target costing* untuk menentukan harga usaha penghasil tempe. Karena UMKM ini tidak menyusun laporan keuangan, maka peneliti akan menggunakan wawancara sebagai metode pengumpulan datanya. Wawancara dilakukan terhadap

pemilik atau pengelola usaha penghasil tempe yang menjadi sampel penelitian. Melalui wawancara, peneliti akan menggali dan mendapatkan wawasan mengenai praktik penerapan *target costing* dalam menentukan harga pada usaha penghasil tempe. Beberapa topik yang mungkin dibahas dalam wawancara antara lain proses penerapan *target costing*, faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan *target costing*, pengalaman dan tantangan yang dihadapi saat menerapkan tujuan *costing* serta dampak penerapan *target* UMKM.

Data kualitatif yang diperoleh dari wawancara akan dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan temuan penelitian. Selain itu, peneliti juga dapat menggunakan teknik analisis kualitatif seperti analisis isi untuk mengidentifikasi pola atau tema yang muncul dari wawancara. Dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif serta menggunakan wawancara sebagai sumber data, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang penerapan target biaya pada akuntansi biaya untuk menentukan harga pada usaha kecil dan menengah yang memproduksi tempe, meskipun tanpa biaya yang lengkap.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Akuntansi Manajemen

Menurut *Chartered Institute of Management Accountants (CIMA)*, akuntansi manajemen adalah “proses mengidentifikasi, mengukur, mengumpulkan, menganalisis, menyusun, menafsirkan, dan mengkomunikasikan informasi yang digunakan manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi, dan mengendalikan dalam suatu organisasi”(DR I Gusti Putu Darya MM, 2019). Sedangkan menurut Antameng, akuntansi manajemen adalah penerapan konsep dan metode yang tepat untuk mengelola data ekonomi masa lalu, untuk memprediksi masa depan bisnis, dan untuk membantu manajer membuat rencana bisnis (tujuan) dan mengelola niat mencapai tujuan tersebut(Missah et al., 2019)

Dapat saya simpulkan, akuntansi manajemen melibatkan proses mengidentifikasi, mengukur, mengumpulkan, menganalisis, menyusun, menafsirkan, dan mengkomunikasikan informasi untuk digunakan oleh manajemen dalam perencanaan, evaluasi, dan pengendalian proses organisasi. Dengan tujuan membantu manajer mengembangkan rencana bisnis, mengelola niat untuk mencapai tujuan, dan mengelola data ekonomi masa lalu untuk memprediksi masa depan perusahaan.

2.2. Pengertian Biaya

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, Biaya merupakan uang yang digunakan untuk mewujudkan sesuatu, termasuk pengaturan, pelaksanaan, dan lain-lain. Biaya merupakan jumlah uang atau sumber daya lain yang digunakan atau dikorbankan untuk memperoleh atau memproduksi suatu barang atau jasa sehingga menghasilkan produk berupa barang atau jasa. Dalam bisnis, pengeluaran mencakup semua biaya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis, seperti pembelian bahan mentah, gaji karyawan, biaya pemasaran, sewa gedung, biaya utilitas, dan lain sebagainya.

Dalam buku *Managerial Accounting*, Hansen dan Mowen (2006) menjelaskan pengertian biaya sebagai nilai uang tunai yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa dengan harapan dapat membawa manfaat saat ini atau masa depan bagi organisasi. Adapun menurut Mulyadi mendefinisikan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi dan diukur dalam satuan moneter, baik yang dapat ditarik maupun yang dapat ditarik untuk tujuan tertentu (Jannah, 2018). Selain itu definisi menurut Melina, Anton Adventus Kacaribu, Friyan Satria, Frinan Satria, dan andoko (2022) mengatakan bahwa biaya adalah penggunaan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan moneter yang terjadi

atau mungkin terjadi untuk tujuan dan atau manfaat tertentu yang dikorbankan untuk memperoleh barang dan jasa.

Berdasarkan beberapa sumber tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengertian biaya adalah segala pengorbanan yang dilakukan dalam proses produksi, yang dinyatakan dalam satuan moneter menurut harga pasar yang berlaku, serta apa yang terjadi. Agar pengeluaran mendatangkan manfaat saat ini dan dimasa yang akan datang, maka harus dilakukan perencanaan dan pengendalian pengalokasian pengeluaran.

2.2.1. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam suatu organisasi ke dalam kategori-kategori tertentu berdasarkan karakteristik dan sifatnya. Menurut Carter (Carter, n.d.) klasifikasi biaya penting untuk perencanaan, pengendalian, dan pelaporan keuangan. Berikut klasifikasi-klasifikasi biaya yaitu:

1. Klasifikasi biaya dalam kaitannya dengan produk

Kualifikasi biaya dan pengeluaran dapat dilakukan dengan menggabungkan biaya dengan tahapan bisnis yang berbeda. Pada Perusahaan manufaktur, total biaya operasional terdiri dari dua bagian, yaitu:

1. Biaya Manufaktur

Biaya yang berkaitan dengan proses produksi barang atau jasa pada suatu perusahaan manufaktur. Biaya produksi mencakup semua biaya yang terkait dengan pengubahan bahan mentah menjadi produk penjual jadi.

Berikut penjelasan lebih rinci mengenai klasifikasi biaya produksi:

1. Biaya Bahan Baku

Biaya yang berkaitan dengan bahan baku atau bahan yang digunakan dalam proses produksi suatu produk. Ini mencakup sejumlah faktor biaya, termasuk: Pembelian bahan baku : Harga ini sudah termasuk harga pembelian bahan baku dari *supplier*. Harga ini dapat bervariasi berdasarkan permintaan pasar dan faktor lainnya.

- Pengiriman: Biaya pengiriman mencakup biaya pengiriman bahan mentah dari pemasok ke lokasi produksi anda. Ini mungkin termasuk biaya pengiriman, asuransi pengiriman, dan biaya terkait lainnya.
- Penyimpanan: Biaya penyimpanan meliputi biaya bahan baku di gudang. Hal ini meliputi biaya sewa atau kepemilikan Gudang, biaya pemeliharaan, dan biaya keamanan.

2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya yang berkaitan dengan upah pekerja yang terlibat dalam proses produksi suatu produk. Ini termasuk komponen biaya berikut:

- Upah: Biaya langsung yang dibayarkan kepada pekerja yang terlibat dalam pembuatan produk. Gaji dan upah dapat bervariasi berdasarkan keterampilan, pengalaman, dan peran karyawan.
 - Tunjangan: Tunjangan mencakup elemen tambahan seperti tunjangan makan, tunjangan transportasi, tunjangan kesehatan atau tunjangan lain yang ditawarkan kepada karyawan sebagai bagian dari paket gaji mereka.
 - Insentif: Biaya insentif mencakup bonus atau tunjangan khusus yang diberikan kepada karyawan untuk memenuhi tujuan produksi atau kinerja yang baik.
 - Biaya Pelatihan: Biaya ini mencakup biaya pelatihan karyawan untuk melakukan tugas produksi secara efektif dan efisien.
3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead adalah biaya-biaya yang tidak berkaitan langsung dengan produksi suatu produk, namun tetap diperlukan untuk melaksanakan kegiatan produksi. Biaya overhead mencakup seberapa pemicu biaya, termasuk :

- Biaya Sewa Pabrik: Biaya menyewa atau memiliki ruang pabrik.
- Jasa: Biaya operasional meliputi biaya listrik, air, gas dan sumber daya lain yang digunakan dalam proses produksi.
- Perawatan Mesin: Biaya perawatan mesin meliputi biaya pemeliharaan, perbaikan, dan penggantian suku cadang mesin yang rusak atau aus.
- Asuransi Pabrik: Biaya asuransi pabrik mencakup polis asuransi untuk melindungi pabrik dan asset produksi terhadap risiko seperti kebakaran, pencurian, atau kerusakan.
- Biaya Administrasi Pabrik: Biaya administrasi umum yang berkaitan dengan operasional pabrik, termasuk biaya personel administrasi, peralatan kantor, perangkat lunak, dan biaya administrasi lainnya.

Klasifikasi biaya ini membantu perusahaan untuk memahami komponen biaya yang terkait dengan produksi produk dan memungkinkan kontrol yang lebih baik terhadap pengelolaan dan optimalisasi biaya tersebut.

2. Biaya Komersil

Biaya komersil merupakan pengeluaran yang berkaitan dengan kegiatan bisnis dan komersial suatu perusahaan. Biaya ini mencakup berbagai bidang kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan pemasaran, penjualan, distribusi, dan administrasi. Secara singkat biaya komersil merupakan biaya non produksi

untuk biaya pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu produk. Adapun berbagai komponen pengeluaran bisnis :

1. Biaya Pemasaran
 - Biaya iklan
 - Biaya promosi
 - Biaya riset pasar
 - Biaya pengembangan merek
 - Biaya pemasaran digital
2. Biaya Penjualan
 - Upah dan biaya penjualan
 - Biaya pelatihan
 - Insentif penjualan
3. Biaya Pengiriman
 - Biaya transportasi
 - Biaya penyimpanan
 - Biaya logistik
4. Biaya Administrasi
 - Gaji staf administrasi
 - Pengeluaran kantor
 - Biaya komunikasi
 - Biaya teknologi dan informasi

2. Klasifikasi biaya dalam kaitannya dengan volume produksi

Perubahan produksi atau *output*, mempunyai dampak yang proposional atau berbeda terhadap biaya, tergantung pada jenis biayanya. Pemahaman yang baik tentang klasifikasi biaya yang terkait dengan perubahan volume produksi sangat penting untuk membuat keputusan yang tepat mengenai efisiensi biaya dan strategi bisnis secara keseluruhan. Dengan memahami klasifikasi biaya dalam kaitannya dengan volume produksi membantu perusahaan mengelola biaya produksi, menghitung titik impas, menetapkan harga produk, dan merencanakan operasi produksi dengan lebih efektif. Dalam hubungannya dengan volume produksi, biaya dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori utama yaitu biaya tetap, biaya variable, dan biaya semi variable

1. Biaya Tetap

Biaya yang tidak berubah meskipun volume produksi atau penjualan berubah, biaya yang akan terus dikeluarkan oleh suatu bisnis, apapun kondisinya. Nilai nominal biaya tetap, tetap sama tanpa memandang apakah penjualan mengalami kenaikan atau penurunan dengan kata lain, biaya tetap

per unit menurun seiring dengan peningkatan volume produksi di wilayah tersebut. Biaya tetap merupakan biaya variable dalam jangka panjang, sehingga pemilihan aktivitas yang tepat sangat diperlukan karena di luar pilihan aktivitas yang tepat sangat diperlukan karena di luar pilihan aktivitas yang terbatas, besaran biaya tetap dapat berubah, seperti sewa gedung.

2. Biaya Variabel

Biaya yang berubah seiring dengan perubahan volume produksi atau penjualan perusahaan yang besarnya bersifat dinamis baik akibat pertumbuhan atau penurunan penjualan atau aktivitas operasional lainnya dengan kata lain, perubahan biaya variable per unit relative konstan seiring dengan perubahan volume produksi di wilayah yang bersangkutan, seperti biaya bahan baku

3. Biaya Semi Variabel

Biaya yang mempunyai dua jenis unsur biaya yaitu biaya tetap dan biaya variable, Biaya semi variabel berubah seiring dengan perubahan volume produksi, namun perubahannya tidak proporsional. Biaya semi variabel misalnya inspeksi, air, dan limbah, pemeliharaan dan perbaikan mesin manufaktur, asuransi kerusakan, asuransi.

Biaya juga dapat dibagi menjadi biaya langsung dan tidak langsung

1. Biaya Langsung

Biaya yang dapat diatribusikan langsung ke produk atau jasa tertentu, seperti biaya bahan baku yang digunakan untuk membuat produk tersebut

2. Biaya Tidak Langsung

Biaya yang tidak terkait langsung dengan produk atau layanan tertentu, namun tetap diperlukan untuk menjalankan seluruh bisnis, seperti biaya administrasi atau biaya pemasaran.

Dapat disimpulkan pemahaman yang baik tentang biaya sangat penting bagi pengelolaan Perusahaan untuk mengambil keputusan yang efektif. Dengan bantuan analisis biaya, Perusahaan dapat mengevaluasi efisiensi operasi, menetapkan harga penjualan yang sesuai, mengidentifikasi kemungkinan target penghematan, dan merencanakan anggaran dengan baik.

3. Klasifikasi biaya teknologi berdasarkan departemen produksi atau segmen lainnya

Aktivitas operasi suatu perusahaan dilaporkan dalam beberapa segmen, yang masing-masing mungkin memiliki nama berbeda. Pembagian operasi perusahaan menjadi departemen, proses, unit, kerja, tempat kerja, pusat biaya, atau kelompok biaya juga berfungsi sebagai dasar klasifikasi dan akumulasi

biaya, kategorikan biaya teknologi berdasarkan departemen produksi dan layanan

1. Departemen Produksi

Departemen yang secara langsung melakukan pekerjaan manual dan mekanis, seperti pencetakan, perakitan, dan pengemasan. Biaya-biaya yang berkaitan dengan departemen produksi disebut biaya departemen produksi.

2. Departemen Pelayanan

Departemen yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi atau kegiatan pelayanan. Biaya yang dikeluarkan pada departemen jasa ini menguntungkan departemen lain, sekalipun departemen jasa ini tidak terlibat langsung dalam proses produksi barang atau jasa, departemen jasa ini tetap mengeluarkan biaya sebagian bagian dari harga pokok produk.

4. Klasifikasi biaya teknis berdasarkan periode akuntansi

Periode penetapan biaya dapat dibagi menjadi dua kategori:

1. Belanja Modal

Pengeluaran yang dilakukan untuk menghasilkan keuntungan dimasa depan atau dalam beberapa periode akuntansi. Belanja modal pada saat itu dibebankan pada harga perolehan aset tersebut, namun pada periode akuntansi berikutnya, amortisasi, penyusutan, dan depleksi dapat dibebankan kepada pihak yang memperoleh manfaat dari aset tersebut. Contoh belanja modal antara lain belanja untuk pembelian aset tetap seperti mesin dan bangunan, pada saat pembelian suatu barang, biaya-biaya yang timbul dikompensasikan dengan biaya perolehan aset tetap, dan pada periode akuntansi berikutnya biaya-biaya yang timbul diimbangi dengan penyusutan, amortisasi, dan depleksi.

2. Pendapatan Beban

Beban yang timbul selama periode akuntansi berjalan dan menghasilkan keuntungan pada saat itu, jika pengeluaran-pengeluaran tersebut terjadi, anda dapat membandingkannya dengan pendapatan dari pengeluaran-pengeluaran tersebut. Contoh biaya pendapatan termasuk biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. Saat memproduksi suatu produk, anda dapat menghitung biaya yang terkait dengan produk tersebut dan menentukan harga jual untuk menghasilkan pendapatan yang dibutuhkan. Klasifikasi pengeluaran modal dan pendapatan sangat penting untuk membandingkan biaya dengan pendapatan dan keuntungan secara teratur.

5. Mengkategorikan biaya secara teknis berdasarkan Keputusan, Tindakan, atau evaluasi

Manajer dihadapkan pada berbagai pilihan tindakan ketika mengambil keputusan. Ketika mengambil keputusan, manajer harus mempertimbangkan biaya, pendapatan, dan penghematan biaya yang ingin dicapai. Mempertimbangkan faktor-faktor asing dibandingkan hal-hal yang tidak terkait dengan biaya, pendapatan, penghematan biaya, atau hasil yang diinginkan hanya membuang-buang waktu dan dapat menyebabkan perhatian terfokus pada faktor-faktor yang relevan dan yang lebih penting, elemen-elemen yang tidak relevan dapat diabaikan dari tempat itu menafsirkan sebagai elemen terkait biaya diferensial, sering disebut biaya marjinal atau biaya tambahan adalah biaya yang terkait dengan pemilihan alternatif. Perbedaan biaya yang timbul ketika manajer hanya dapat memilih opsi tersebut *Sunk cost* yaitu biaya yang timbul ketika mengambil keputusan diantara berbagai pilihan, bila hasil atau keuntungan mungkin hilang.

2.3. Penetapan Harga Jual

Penetapan harga adalah proses penentuan harga yang akan dibebankan kepada pelanggan atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Hal ini merupakan keputusan strategis yang sangat penting bagi perusahaan, karena harga jual yang tepat dapat berdampak langsung terhadap omzet, keuntungan dan posisi kompetitif perusahaan. Penetapan harga mencakup analisis komponen biaya, tujuan perusahaan, strategi pemasaran dan faktor lain yang mempengaruhi permintaan dan penawaran pasar.

Menurut salah satu pakar pemasaran, Philip Kotler (Rosyda, n.d.), penetapan harga adalah proses menentukan nilai moneter yang akan diberikan konsumen atas manfaat suatu produk atau jasa. Harga harus mencerminkan nilai yang ditawarkan kepada konsumen dan harus konsisten dengan strategi pemasaran perusahaan. Adapun menurut Kotler dan Armstrong (Rosyda, n.d.), penentuan harga jual merupakan Keputusan mengenai jumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk memiliki suatu produk atau jasa. Harga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti biaya produksi, permintaan pasar, tingkat persaingan, dan tujuan perusahaan.

Adapun definisi menurut kedua pakar diatas Armstrong dan Kotler bahwa harga merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan pasar suatu produk dan jasa. Dalam penetapan harga jual merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang mencakup tiga variable

1. Produk
2. Harga Distribusi

3. Promosi

Penentuan harga jual berkaitan dengan dua penetapan

1. Kebijakan Penetapan Harga Penjualan

Merupakan pernyataan sikap manajemen dalam menentukan harga jual suatu produk atau jasa. Kebijakan ini tidak menentukan harga jual, namun mencantumkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang harus diikuti ketika menentukan harga jual.

2. Penetapan Harga

Penetapan harga jual biasanya merupakan penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi dalam jangka pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan penetapan harga penjualan, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah jumlah yang ditetapkan penjual sebagai nilai tukar atas barang atau jasa yang diberikan kepada pembeli. Harga jual merupakan harga yang harus dibayar konsumen untuk menerima suatu produk atau jasa dari penjual.

2.3.1. Tujuan Penentuan Harga Jual

Tujuan penetapan harga jual adalah untuk mencapai beberapa tujuan bisnis yang penting. Tujuan umum ketika menetapkan harga jual adalah

1. Meningkatkan Keuntungan

Salah satu tujuan utama penetapan harga jual adalah untuk mencapai tingkat keuntungan yang diinginkan perusahaan. Harga jual harus mampu menutupi biaya produksi dan oprasional perusahaan serta menghasilkan keuntungan yang wajar. Dalam penetapan harga perusahaan harus mempertimbangkan margin keuntungan yang ideal dan memastikan bahwa harga yang ditetapkan akan menghasilkan keuntungan yang wajar dengan mempertimbangkan biaya yang diperlukan.

2. Membangun Citra Nilai

Penentuan harga jual dapat digunakan untuk membangun citra nilai suatu produk atau merek dimata konsumen. Harga yang lebih tinggi mungkin mencerminkan kualitas produk yang lebih tinggi, sedangkan harga yang lebih rendah mungkin menarik konsumen yang sensitif terhadap harga. Tujuannya untuk menciptakan presepsi nilai yang sesuai dengan *positioning* perusahaan dan produk di pasar.

3. Mempertahankan Daya Saing

Persaingan di pasar harus dipertimbangkan ketika menetapkan harga jual. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan harga yang ditawarkan pesaing sejenis. Jika harga jual terlalu tinggi, perusahaan akan beresiko kehilangan

konsumen karena pesaing menawarkan harga yang lebih rendah. Jika harga terlalu rendah, margin keuntungan perusahaan bisa menurun. Tujuan dari ini untuk menentukan harga yang kompetitif dan mencapai keseimbangan antara daya saing dan profitabilitas.

4. Meningkatkan Pangsa Pasar

Dalam beberapa kasus, Perusahaan mungkin memilih untuk menetapkan harga jual yang lebih rendah untuk memasuki pasar baru atau menarik pelanggan baru. Ini akan membantu memperluas pangsa pasar dan membangun basis pelanggan yang lebih besar. Penetapan harga yang agresif dapat menghasilkan peningkatan penjualan jangka pendek dan meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat menghasilkan keuntungan jangka panjang.

5. Mengelola Permintaan

Menetapkan harga jual juga dapat digunakan untuk mengelola permintaan suatu produk atau layanan. Harga yang lebih tinggi cenderung menurunkan permintaan, namun harga yang lebih rendah dapat meningkatkan permintaan. Tujuannya adalah untuk menyesuaikan harga dengan kondisi pasar, ketersediaan produk, siklus hidup produk atau strategi pemasaran yang diinginkan.

Oleh karena itu perusahaan harus menetapkan tujuan utama untuk memperjelas fokus perusahaan. Untuk mencapai tujuan diatas, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan harga jual.

2.3.2. Faktor – Faktor Dalam Menentukan Harga Jual

Faktor harga jual merupakan pertimbangan dan variable yang mempengaruhi proses penentuan harga suatu produk atau jasa. Faktor-faktor ini memainkan peran penting dalam keberhasilan penjualan. Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan harga jual (Nandy, n.d.), antara lain :

1. Biaya

Perusahaan harus mempertimbangkan biaya produksi, biaya operasional dan biaya lain yang terkait dengan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Harga jual harus cukup untuk menutupi biaya-biaya ini dan memastikan margin keuntungan yang wajar.

2. Permintaan Pasar

Tingkat permintaan pasar mempengaruhi harga yang diminta. Ketika permintaan tinggi dan pasokan terbatas, perusahaan dapat menaikkan harga. Namun, jika persaingan ketat atau permintaan rendah, perusahaan dapat menawarkan harga yang lebih kompetitif.

3. Nilai Pelanggan

Perusahaan harus mempertimbangkan nilai yang diberikan produk atau layanan mereka kepada pelanggan. Jika suatu produk atau jasa mempunyai manfaat atau fitur khusus yang memberikan manfaat tambahan bagi pelanggan, perusahaan dapat mengenakan harga yang lebih tinggi.

4. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran suatu perusahaan juga dapat mempengaruhi harga. Misalnya, jika sebuah perusahaan mengadopsi strategi diferensial dimana produk atau jasa dianggap unik atau premium, maka harga produk atau jasa tersebut mungkin lebih tinggi dibandingkan pesaing. Sebaliknya jika perusahaan menerapkan strategi harga rendah maka harga jual dapat diturunkan untuk menarik pelanggan.

5. Lingkungan Bisnis

Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, peraturan dan perubahan tren pasar juga harus dipertimbangkan. Misalnya, dalam situasi ekonomi yang sulit, perusahaan mungkin mengubah harga agar tetap kompetitif atau untuk menarik pelanggan. Penentuan harga jual harus dilakukan secara cermat dan berdasarkan analisis yang cermat terhadap faktor-faktor di atas. Perusahaan harus menemukan keseimbangan antara menghasilkan keuntungan yang cukup dan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Faktor ini sangat penting, penentuan harga jual yang tepat dapat mempengaruhi daya tarik produk atau jasa dimata pelanggan, daya saing di pasar, dan keuntungan perusahaan. Harga jual yang terlalu tinggi dapat menurunkan permintaan dan penjualan, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat merugikan margin keuntungan perusahaan.

2.3.3. Pendekatan Untuk Menentukan Harga Jual

Pendekatan untuk menentukan harga penjualan mengacu pada metode atau strategi yang digunakan oleh bisnis atau individu untuk menetapkan harga atas produk atau layanan yang dijual. Pendekatan ini mempertimbangkan faktor-faktor seperti biaya produksi, permintaan pasar, nilai produk, strategi bersaing, dan tujuan keuntungan.

Menurut Mulyadi dalam (Area, 2023) ada 4 (empat) faktor yang menentukan harga jual :

1. Penentuan harga jual dalam kondisi normal (*Normal Pricing*)

Dalam pendekatan ini, harga jual ditentukan dengan mempertimbangkan seluruh biaya penuh dimasa depan dan untuk menambahkan keuntungan yang diharapkan. Biaya penuh mencakup semua biaya yang terkait dengan produksi dan pemasaran suatu produksi dan pemasaran suatu produk dan jasa, termasuk bahan baku, tenaga kerja, biaya overhead pabrik, biaya

distribusi, dan biaya lainnya. Metode yang sering digunakan untuk menghitung biaya penuh adalah *full costing*, yang mencakup seluruh biaya tetap dan variable. Pendekatan lain yang digunakan adalah penetapan biaya variable, yang hanya memperhitungkan biaya variable. Dengan demikian keuntungan yang diharapkan ditambah ke total biaya sebagai kompensasi atas investasi yang dilakukan dan sebagai imbalan atas risiko bisnis. Untuk menentukan harga jual yang sesuai diperlukan pertimbangan sebagai berikut :

- *Cost of Capital*

Biaya modal mengacu pada biaya atau Tingkat pengembalian yang harus dikeluarkan suatu bisnis untuk memperoleh sumber pembiayaan untuk operasinya. Hal ini mencakup baik biaya pinjaman (bunga) yang harus dibayar atas hutang perusahaan, maupun biaya yang diharapkan oleh pemegang saham atau pemilik perusahaan. Biaya modal mencerminkan biaya modal yang diperlukan untuk membiayai investasi perusahaan. Biaya modal dapat berasal dari sumber seperti utang bank, obligasi, saham preferen, atau saham biasa. Semakin tinggi biaya modal semakin tinggi pula laba atas investasi.

- *Business Risk*

Risiko bisnis mengacu pada tingkat ketidakpastian atau risiko yang dihadapi bisnis saat beroperasi. Risiko bisnis dapat disebabkan oleh faktor eksternal seperti perubahan peraturan, fluktuasi pasar, persaingan yang ketat, atau perubahan tren konsumen. Risiko bisnis juga dapat disebabkan oleh faktor internal, seperti kegagalan operasional, masalah manajemen, atau ketidak mampuan menghasilkan produk atau layanan yang memenuhi harapan pelanggan. Semakin besar risiko bisnis suatu perusahaan, maka semakin besar pula kemungkinan terjadinya ketidak stabilan atau ketidakpastian dalam kinerja operasionalnya. Dalam menentukan harga jual, risiko bisnis harus diperhitungkan saat menghitung keuntungan bisnis yang diharapkan. Semakin tinggi risiko bisnis, semakin tinggi persentase penambahan biaya modal, yang mencerminkan ekspektasi pengembalian sebanding dengan risikonya.

- *Capital Employed*

Modal yang digunakan mengacu pada jumlah total investasi atau modal yang digunakan perusahaan untuk membiayai operasi dan bisnis. Termasuk modal yang diinvestasikan dalam aset tetap dan lancar. Modal yang digunakan mencerminkan nilai total aset yang

digunakan dalam operasi perusahaan. Dalam menentukan harga jual, modal yang digunakan merupakan faktor penting dalam menghitung keuntungan yang diharapkan. Semakin tinggi modal yang digunakan, semakin tinggi keuntungan yang diharapkan, yang menjamin pengembalian investasi yang memadai.

Biaya modal, risiko bisnis, dan modal yang digunakan membantu perusahaan dalam membuat keputusan yang tepat dalam menetapkan harga penjualan, mengalokasikan sumber daya, dan mengevaluasi investasi.

2. Penentuan harga jual dalam kondisi *cost-type contract*

Pendekatan ini digunakan ketika perusahaan memiliki kontrak dengan pembeli untuk menghasilkan suatu produk atau jasa. Dalam kontrak jenis biaya, harga jual didasarkan pada total biaya sebenarnya yang dikeluarkan produsen dan keuntungan dihitung berdasarkan persentase tertentu dari biaya-biaya tersebut. Dalam hal ini produsen harus memantau dan melaporkan biaya aktual untuk memenuhi persyaratan kontrak. Keuntungan dihitung sebagai persentase dari biaya-biaya dan memberikan kompensasi kepada produsen atas risiko bisnis mereka.

3. Penetapan harga jual pesanan khusus

Pendekatan ini digunakan ketika perusahaan menerima pesanan khusus diluar pesanan normal. Pesanan khusus seringkali memiliki persyaratan atau spesifikasi khusus yang tidak ditemukan pada produk atau layanan standar. Dalam hal ini konsumen dapat meminta harga yang lebih rendah dari harga jual normal. Karena jumlah pesanan yang banyak atau karena persyaratan khusus yang mempengaruhi biaya produksi. Dalam hal ini sebaiknya perusahaan mempertimbangkan perhitungan biaya pemesanan yang lebih akurat dan menetapkan harga jual yang memperhitungkan biaya-biaya terkait dan keuntungan yang diinginkan.

4. Penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur oleh perusahaan pemerintah

Pemerintah memberlakukan pembatasan terhadap beberapa barang dan jasa yang dianggap sebagai kebutuhan pokok penduduk, antara lain listrik, air, telepon, telegraf, transportasi, dan jasa pos. Pembatasan ini dilakukan untuk memastikan harga barang dan jasa yang ditawarkan wajar dan dapat diakses oleh masyarakat umum saat menetapkan harga jual, Perusahaan menggunakan total biaya masa depan dan keuntungan yang diharapkan. Dengan ini perusahaan mempertimbangkan semua biaya yang terkait dengan produksi, pengadaan, dan distribusi produk atau layanan untuk mencapai keuntungan yang diinginkan.

Harga jual tersebut harus mampu bersaing dengan produk sejenis yang ada di pasaran, harga yang ditawarkan harus sebanding dengan kualitas dan manfaat

bagi pelanggan. Pemerintah berperan dalam mengatur harga di beberapa bidang yang dianggap paling penting di masyarakat, tujuannya untuk melindungi kepentingan konsumen, mencegah perilaku monopoli dan penyalahgunaan kekuatan pasar, serta menjamin harga dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.

2.4. Harga Pokok Produksi

2.4.1. Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang atau produk yang siap untuk dijual. Harga Pokok Produksi ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead dapat memperhitungkan struktur biaya operasi produksi dan menentukan harga jual. Harga pokok produksi sangat penting dalam menentukan harga jual, karena harga jual harus menutupi biaya produksi agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan.

Adapun definisi menurut beberapa ahli, Harga Pokok Produksi menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), Harga pokok produksi merupakan suatu barang yang dapat diatribusikan secara wajar kepada produk atau jasa yang dihasilkan dalam proses produksi tersebut dan besaran biaya yang dapat dicapai melalui biaya-biaya berupa bahan mentah, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang terkait dengan produksi (Poetri, 2011). Sedangkan menurut Purwanto (2020), Harga Pokok Produksi merupakan seluruh pengorbanan yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan produk.

Dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi merupakan total biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa yang mencakup seluruh biaya yang berkaitan dengan kegiatan produksi, termasuk bahan baku, tenaga kerja, overhead pabrik, dan biaya-biaya lainnya yang terjadi selama proses produksi dilakukan.

2.4.2. Komponen Perhitungan Harga Pokok Produksi

Menurut Freepik (2022) komponen utama dalam perhitungan Harga Pokok produksi (HPP) adalah sebagai berikut

1. Bahan Baku

Merupakan bahan dasar ataupun material mentah yang akan digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu barang atau produk. Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi merupakan biaya pembelian dalam HPP, yaitu berupa biaya pembelian bahan mentah, pengangkutan dan penyimpanan barang.

2. Tenaga Kerja Langsung

Merupakan tenaga kerja yang secara aktif maupun langsung terlibat didalam kegiatan proses produksi barang atau jasa. HPP yang termasuk yaitu mencakup biaya upah maupun tunjangan bagi pekerja. Hal ini mencakup gaji, upah lembur, tunjangan kesehatan, dan tunjangan lain yang diberikan kepada pekerja.

3. Biaya Overhead

Merupakan biaya tetap tetapi tidak langsung bisa berubah, biaya ini tidak langsung terkait dengan proses produksi secara langsung. Biaya ini merupakan berbagai biaya operasional yang mendukung kegiatan proses produksi dalam menjalankan usaha secara keseluruhan. HPP yang termasuk dalam biaya overhead yang berkaitan dengan produksi yaitu biaya sewa, utilitas, perawatan maupun perbaikan mesin dan lain sebagainya.

Dengan menghitung dan menjumlahkan seluruh komponen biaya tersebut, maka dengan itu dapat menentukan harga pokok produksi perunit barang yang akan diproduksi. HPP ini sangat penting dalam perencanaan suatu usaha, penentuan harga jual, dan dalam pengambilan suatu keputusan terkait efisiensi produk.

2.4.3. Tujuan Menentukan Harga Pokok Produksi

Tujuan utama penetapan biaya produksi adalah untuk memastikan bahwa harga jual produk menutupi seluruh biaya yang berhubungan dengan proses produksi dan dapat menghasilkan keuntungan yang diinginkan, menurut Mulyadi beberapa tujuan utama penentuan biaya produksi tercantum dibawah ini (Siska Yulia Weny, 2023):

1. **Melihat Realisasi Biaya Produksi yang Direncanakan**
Penentuan harga pokok produksi memberikan informasi tentang sejauh mana biaya produksi yang direncanakan telah terealisasi. Dengan membandingkan biaya yang direncanakan dengan biaya aktual, perusahaan dapat mengevaluasi efisiensi produksi dan mengidentifikasi penyimpangan biaya yang mungkin terjadi.
2. **Membuat Keputusan Penentuan Harga Jual**
Harga pokok produksi merupakan faktor penting dalam menentukan harga jual produk. Dengan mengetahui biaya produksi yang dikeluarkan untuk membuat suatu produk, perusahaan dapat menetapkan harga jual yang memadai untuk memperoleh laba yang diinginkan.
3. **Menghitung Laba/Rugi Kotor Pada Periode Tertentu**
Harga pokok produksi digunakan untuk menghitung laba atau rugi kotor perusahaan pada periode tertentu. Laba kotor adalah selisih antara pendapatan penjualan dan harga pokok produksi. Informasi ini penting

dalam mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan dan membuat keputusan strategis.

4. Penentuan Harga Pokok Persediaan Produk Jadi dan Harga Pokok dalam Proses dalam Laporan Posisi Keuangan
Harga pokok produksi digunakan untuk menentukan nilai persediaan produk jadi dan nilai persediaan dalam proses laporan posisi keuangan. Informasi ini penting dalam menyajikan informasi keuangan yang akurat dan relevan kepada pemangku kepentingan, seperti investor dan kreditor.

2.4.4. Manfaat Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi dalam (Mariana Tandi, 2022) manfaat harga pokok produksi mengacu pada nilai dan manfaat yang dapat dicapai dengan memahami dan memanfaatkan informasi tentang biaya produksi dalam suatu bisnis manfaat harga pokok penjualan adalah sebagai berikut:

1. Menentukan Harga Jual Produk
Membantu menentukan harga jual optimal suatu produk atau jasa dengan memahami biaya-biaya produksi terkait, seperti biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, perusahaan dapat menambahkan margin keuntungan yang dibutuhkan untuk menentukan harga jual yang sesuai, hal ini membantu perusahaan mencapai keuntungan yang diharapkan dan tetap kompetitif di pasar.
2. Pemantauan Realisasi Biaya Produksi
Akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang biaya produksi dan menentukan total biaya produksi berdasarkan biaya yang dihitung sebelumnya. Dengan cara ini perusahaan dapat memantau biaya produksi yang dikeluarkan.
3. Hitung Laba Rugi Periode Berjalan
Untuk mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran dapat menghasilkan keuntungan atau kerugian pada suatu periode tertentu, manajemen memerlukan informasi mengenai biaya-biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut pada suatu periode tertentu.

2.5. Target Costing

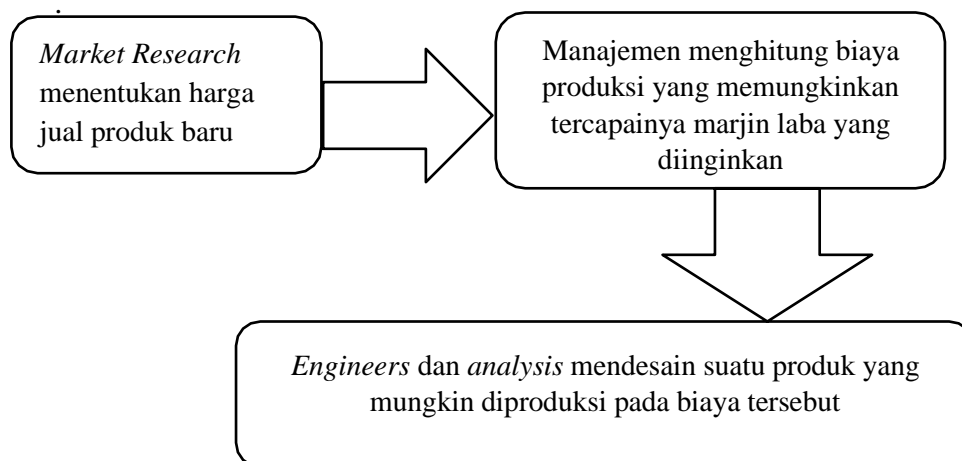
Target costing digunakan sebagai alat dalam manajemen biaya sejak tahun 1970an, ini merupakan pendekatan yang digunakan perusahaan untuk memberi insentif pada desain produk dengan mempertimbangkan biaya produksi yang rendah. Tujuannya adalah untuk menetapkan target biaya yang diinginkan untuk produk pada awal tahap desain dan kemudian mengelola biaya produksi agar sesuai dengan target yang diinginkan. Namun harus menentukan harga jual yang

diinginkan dan ditentukan terlebih dahulu berdasarkan permintaan pasar dan analisis persaingan, kemudian ditetapkan target biaya produksi untuk mencapai harga jual dengan keuntungan yang diinginkan (Pioh et al., 2019).

Biaya target adalah untuk menentukan harga pokok suatu produk berdasarkan harga yang diharapkan konsumen yang disebut harga target. Jika penetapan biaya target menunjukkan bahwa biaya produk saat ini melebihi biaya target, manajemen harus merencanakan program pengurangan biaya untuk mencapai target biaya.

Tujuan utama yaitu untuk mencapai target biaya sesuai target harga yang telah ditentukan. *Target costing* digunakan sebagai sistem akuntansi biaya yang memberikan informasi kepada manajemen mengenai pengurangan biaya menuju target biaya yang telah ditentukan dengan membandingkan biaya sebenarnya dengan biaya target, manajemen dapat memantau dan mengukur efektifitas pengurangan biaya yang dilaksanakan (Ardiansyah, B., Haq, A., & Rahmi, 2021). Salah satu keuntungan utama penetapan *target costing*, memungkinkan perusahaan menggunakan biaya produk sebagai dasar penetapan harga jual. Dengan menetapkan harga jual berdasarkan target biaya, perusahaan dapat memastikan mencapai target keuntungan yang diinginkan.

Adapun ilustrasi untuk menetapkan metode target costing sebagai berikut



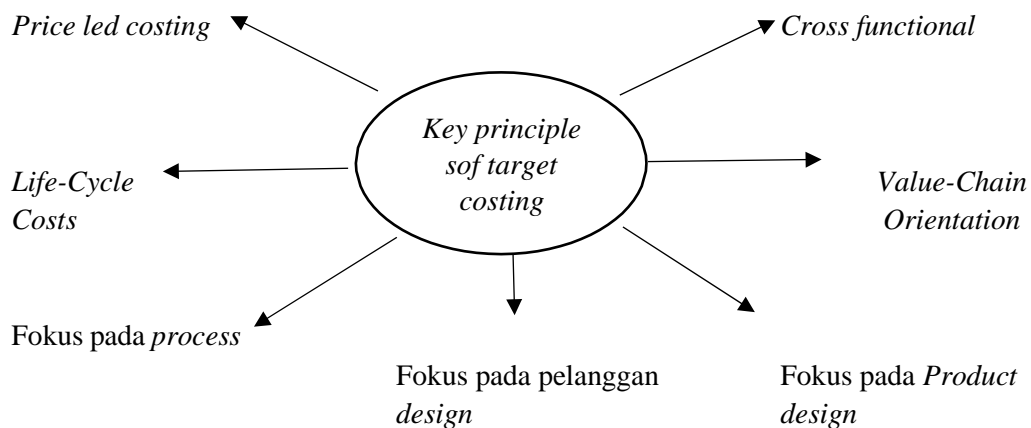
Gambar 2.1. Ilustrasi Target Costing

Sumber: Witjaksono (2013 : 176)

Berdasarkan gambar ilustrasi menurut Witjaksono, merupakan suatu sistem dimana (1) penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan, atau (2) penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya.

2.5.1. Prinsip-prinsip Penerapan *Target Costing*

Menurut Witjaksono (2013 : 179) *target costing* adalah sebuah proses sistematis yang menggabungkan pengendalian biaya dan perencanaan keuntungan penetapan biaya target berdasarkan pendekatan spesifik yang membantu menetapkan sasaran pengurangan biaya. Adapun prinsip-prinsip penerapan *target costing* menurut Witjaksono yang mencakup sebagai berikut



Gambar 2.2. Prinsip-prinsip *Target Costing*

Sumber : Witjaksono (2013 :179)

Proses pelaksanaan penetapan biaya target mengikuti prinsip-prinsip berikut

1. Harga menentukan biaya (*price led costing*)

Persaingan semakin ketat dan tidak mudah dalam menentukan harga jual suatu produk. Harga jual seringkali ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar (*market share*) digunakan untuk menentukan target biaya dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga Pasar} - \text{Laba yang diinginkan}$$

2. Fokus pelanggan

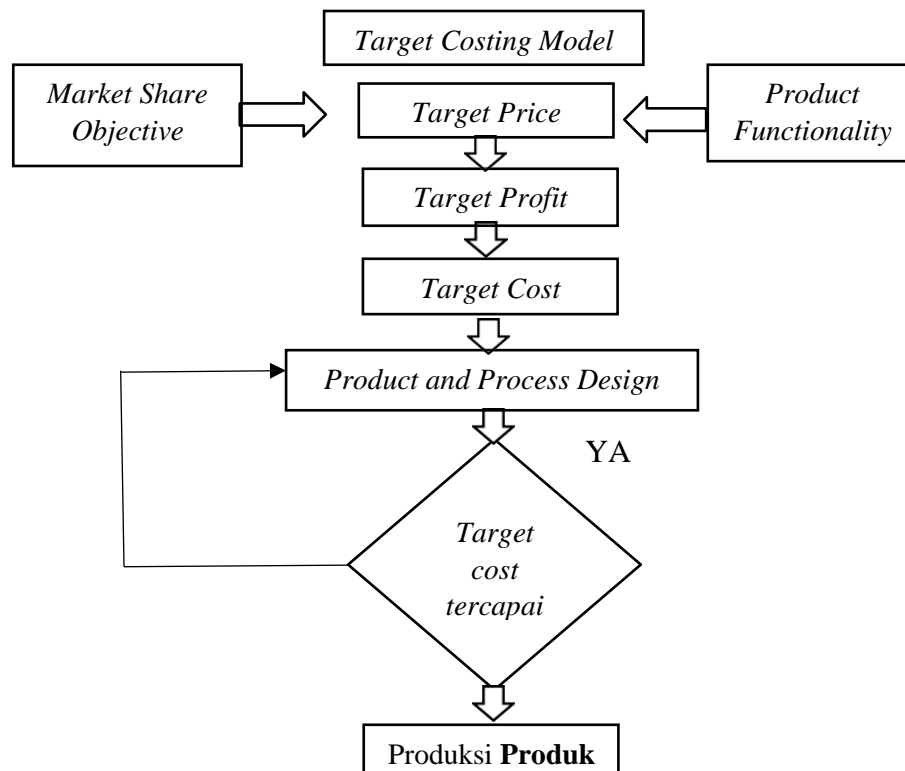
Keinginan atau kebutuhan pelanggan atau kualitas, biaya, dan fungsionalitas (*Fitur*) secara bersamaan dimasukkan ke dalam produk dan digunakan untuk membuat keputusan desain dan menghitung biaya produk,

3. Fokus pada desain produk dan proses

Karena penekanan pada pengendalian biaya pada tahap desain produk dan proses produksi, maka perubahan dan desain harus dilakukan sebelum proses produksi untuk mengurangi biaya dan menghemat waktu, terutama untuk produk baru.

4. Cross functional time
Tim/Kelompok ini bertanggung jawab atas keseluruhan produk, mulai dari ide/konsep produk hingga tahap produksi penuh
5. Inklusi Rantai Nilai (*value chain orientation*)
Seluruh anggota yang terlibat dalam rantai nilai, mulai dari pemasok barang/jasa, dealer, hingga pelanggan, diikutsertakan dalam proses target biaya.
6. Orientasi daur hidup produk (*lift-cycle*)
Meminimalkan biaya di seluruh siklus hidup produk, termasuk harga, bahan baku, biaya operasional, pemeliharaan, dan distribusi.

Berikut merupakan proses penetapan *target costing* hingga penetapan harga



Gambar 2.3. Proses Penetapan Target Costing Hingga Penetapan Harga

Sumber : Witjaksono (Saefullah, 2022)

2.5.2. Manfaat Target Costing

Menurut (Saefullah, 2022), ada beberapa manfaat yang dapat dicapai melalui target costing, antara lain :

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu dengan memfokuskan terhadap desai nilai-nilai pelanggan.
2. Mengurangi biaya melalui desain yang lebih efektif dan efisien.

3. Membantu bisnis mencapai profitabilitas yang diinginkan dengan produk baru atau yang di desain ulang.
4. Peningkatan kolaborasi dengan manajemen desain, manufaktur, dan pemasaran dapat mengurangi keseluruhan waktu yang dibutuhkan untuk pengembangan produk.
5. Pertimbangan yang cermat terhadap aspek desain dan manufaktur penting selama tahap desain dapat meningkatkan kualitas produk.
6. Memfasilitasi penyelarasan desain, manufaktur, pemasaran, dan pengendalian biaya dalam menentukan biaya produk dan siklus hidup penjualan.

2.6. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.6.1. Penelitian Sebelumnya

1. Peneliti : Ema Oktaviana Utami, Ayudia Sokarina, Adhitya Bayu Suryantara.
Judul : Penerapan Target Costing Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi.
Tahun 2022
Universitas : Universitas Mataram

Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan:

- Variabel yang digunakan
- Variabel Independen
- Variabel Dependen
- Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan:
- Penelitian ini memiliki perhitungan metode sederhana yang digunakan UMKM yang diteliti, sedangkan UMKM yang saya teliti tidak memiliki catatan keuangan apapun.
- Lokasi penelitian ini dilakukan di Lombok sedangkan yang saya teliti terletak di Bogor tepatnya di kecamatan Citeureup.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa penerapan *target costing* dapat diterapkan pada UD. Karunia untuk menetapkan harga pokok produksi perusahaan dan dapat menjadi alat untuk mengoptimalkan laba yang ingin diinginkan perusahaan. *Target costing* di UD.Karunia dapat dicapai dengan *value engineering*.

2. Peneliti : Takrimia Hanifatu Afifah, Tora Fahrudin, Nelsi Wisna.
Judul : Aplikasi Web Untuk Penerapan Target Costing Dalam Perhitungan Biaya Produk Berdasarkan Metode Job Order Costing.
Tahun 2022

Universitas : Universitas Telkom Bandung

Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan:

- Variabel yang digunakan
Variabel Independen, memiliki persamaan penelitian untuk penerapan *target costing*.
- Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan:
Variabel dependennya, menggunakan perhitungan biaya produk berdasarkan metode *job order costing*.
- Metode pengerjaannya lebih mengarah ke pengembangan perangkat lunak atau lebih dikenal dengan *software* dengan menggunakan aplikasi.

Hasil dari penelitian ini yaitu terkait pengembangan aplikasi yang dapat menghitung biaya produksi yang mencakup seluruh produk yang ada di perusahaan dan dapat membuat jurnal, buku besar, dan laporan biaya produksi dalam oprasional produksi perusahaan.

3. Peneliti :Satria Muharam

Judul :Penerapan Target Costing Sebagai Upaya Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada CV.Golden Foods Asia Raya

Tahun 2021

Universitas : Universitas Pakuan

Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan:

- Variabel yang digunakan
Variabel Dependen, penerapan *Target Costing*
- Metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif.
Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan:
- Penelitian ini meneliti Perusahaan yang bergerak dibidang *manufacturing* dan penjualan dalam bidang penyedia minuman olahan susu.
- Variable Independen, upaya sistem pengendalian biaya produksi.
- Lokasi penelitian ini terletak di kota Bogor, sedangkan penelitian yang saya teliti terletak di kabupaten bogor.
- Penelitian ini memiliki data sekunder yang diperoleh dengan mengumpulkan dokumen dan arsip perusahaan, sedangkan perusahaan yang saya teliti tidak memiliki dokumen arsip maupun dokumen keuangan.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ketika menerapkan metode target costing ini pada CV Golden Foods Asia Raya sendiri, menunjukkan bahwa penerapan target costing untuk menentukan harga jual dan meningkatkan efisiensi biaya produksi sangat efektif. Berdasarkan hasil analisis, penerapan target costing dapat membantu CV Golden Foods Asia Raya dalam upayanya meningkatkan biaya produksi dan menaikkan harga jual dibandingkan harga pasar sehingga kenaikan biaya produksi dapat diketahui seiring dengan keuntungan yang ditentukan oleh harga jual.

4. Peneliti : Sovi Suryani

Judul : Analisis Penerapan Target Costing Dengan Pengendalian Biaya Bahan Baku Untuk Meningkatkan Laba

Tahun 2021

Universitas : Universitas Bhayangkara Surabaya

Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan:

- Variabel yang digunakan
Variabel Independen, analisis penerapan *target costing*
- Tujuan utamanya sama-sama ingin meningkatkan laba usaha.
Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan:
- Penelitian ini mengambil variabel dependen, dengan pengendalian biaya bahan baku untuk meningkatkan laba sedangkan penelitian yang saya lakukan untuk menetapkan harga pokok produksi.
- Penelitian ini meneliti usaha yang bergerak dibidang *service* sepeda motor sedangkan perusahaan yang saya teliti Perusahaan yang bergerak dibidang produksi tempe.
- Penelitian ini berjenis studi kasus dengan data kualitatif sedangkan penelitian yang saya teliti menggunakan data kualitatif dan kuantitatif.

Hasil analisis menunjukan manfaat yang di peroleh masih belum efektif. Karena itu menerapkan metode *target costing* pada CV. Budi Utama bisa dijadikan alat mengontrol biaya produksi. Hal ini ditunjukan dengan penurunan harga dasar produksi Rp 3.000.00 mengurangi biaya tidak mengubah kualitas hasil produksi dan memungkinkan untuk meningkatkan keuntungan secara optimal sambil menyebutkan dengan harga bersaing di pasaran.

5. Peneliti : M. Afthon Hilman

Judul : Penerapan Target Costing Sebagai Upaya Peningkatan Laba Untuk Produksi Abon Sapi Dan Ayam Pada Masa Pandemi Covid-19

Tahun 2021

Universitas : Universitas Islam Negeri

Persamaan dengan penelitian yang akan diajukan:

- Variabel yang digunakan
Variabel Independen, analisis penerapan target costing
- Tujuan utamanya sama-sama ingin meningkatkan laba usaha.
Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan:
- Penelitian ini mengambil variabel dependen, dengan upaya peningkatan laba sedangkan penelitian yang saya lakukan untuk menetapkan harga pokok produksi.
- Penelitian ini meneliti usaha yang memproduksi abon sapi dan ayam sedangkan Perusahaan yang saya teliti Perusahaan yang bergerak dibidang produksi tempe.
- Penelitian ini memiliki data sekunder sedangkan data yang saya teliti tidak memiliki data sekunder karena tidak ada data keuangan yang dibuat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *target costing* memberikan pengaruh terhadap kenaikan laba yang ditargetkan oleh pemilik usaha, yaitu laba yang diperoleh setiap harinya yang sebelumnya Rp 934.000 dan setelah menerapkan metode target costing menjadi Rp 1.800.000 naik menjadi 40% sesuai dengan yang diharapkan Perusahaan.

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

No	Variabel	Nama Peneliti Terdahulu	Judul	Tahun	Metode Penelitian	Jurnal N/I	Hasil Penelitian
1	X: Penerapan Target Costing Dalam Y:Penentuan Harga Pokok Produksi	Ema Oktaviana Utami, Ayudia Sokarina, Adhitya Bayu Suryantara.	Penerapan Target Costing Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi	2022	Metode kualitatif dan kuantitatif		Hasil Penelitian menunjukkan bahwa penerapan target costing dapat diterapkan pada UD.Karunia untuk menetapkan harga pokok produksi Perusahaan dan dapat menjadi alat untuk mengoptimalkan laba yang ingin diinginkan Perusahaan. Target costing di UD.Karunia dapat dicapai dengan value engineering yaitu dengan beberapa cara, yaitu : Pertama, mengganti bahan baku tidak langsung buatan sendiri dengan bahan baku tidak langsung siap pakai. Kedua, mengubah jumlah karyawan bagian produksi. Ketiga, memperbaiki pencatatan system akuntansi. Dengan melakukan value engineering UD.Karunia dapat menekan biaya produksi, dari Rp 43.865.000 menggunakan metode tradisional menjadi Rp 43.190.500 dengan target costing, sehingga Perusahaan dapat menghemat biaya produksi sebesar Rp 674.500. (Utami et al., 2022)

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

2	X:Aplikasi Web Untuk Penerapan Target Costing Dalam Y:Perhitungan Biaya Produk Berdasarkan Metode Job Order Costing.	Takrimia Hanifatu Afifah, Tora Fahrudin, Nelsi Wisna.	Aplikasi Web Untuk Penerapan Target Costing Dalam Perhitungan Biaya Produk Berdasarkan Metode Job Order Costing.	2022		N	Hasil dari penelitian ini yaitu terkait pengembangan aplikasi yang dapat menghitung biaya produksi yang mencakup seluruh produk yang ada diperusahaan dan dapat membuat jurnal, buku besar, dan laporan biaya produksi dalam oprasional produksi Perusahaan. (Afifah et al., 2022)
3	X:Penerapan Target Costing Sebagai Y:Upaya Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada CV.Golden Foods Asia Raya	Satria Muharam	Penerapan Target Costing Sebagai Upaya Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada CV.Golden Foods Asia Raya	2021	Metode kualitatif dan kuantitatif		Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Ketika menerapkan metode target costing ini pada CV Golden Foods Asia Raya sendiri, dapat menentukan harga jual dengan memperkirakan harga jualnya. CV Golden Foods Asia Raya menentukan harga jual dengan asumsi biaya produksi sebesar 75% dari harga jual. Setelah menggunakan target costing pada tahap penggunaan metode kaizen costing dan meningkatkan efisiensi biaya produksi di CV Golden Foods Asia Raya untuk produk Freedo Latte, maka ditetapkan harga jual sebesar Rp 10.000 dan Biaya sebesar Rp 7.493 dengan rasio biaya sebesar Rp 10.000. 74,93%. Ringkasnya, setelah

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

							<p>menggunakan target costing, target biaya tercapai sebesar 75%. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan target costing untuk menentukan harga jual dan meningkatkan efisiensi biaya produksi sangat efektif. Berdasarkan hasil analisis, penerapan target costing dapat membantu CV Golden Foods Asia Raya dalam upayanya meningkatkan biaya produksi dan menaikkan harga jual dibandingkan harga pasar sehingga kenaikan biaya produksi dapat diketahui seiring dengan keuntungan yang ditentukan oleh harga jual. (Muharam, 2021)</p>
4	<p>X:Analisis Penerapan Target Costing Dengan Y:Pengendalian Biaya Bahan Baku Untuk Meningkatkan Laba</p>	<p>Sovi Suryani</p>	<p>Analisis Penerapan Target Costing Dengan Pengendalian Biaya Bahan Baku Untuk Meningkatkan Laba</p>	<p>2021</p>	<p>Metode kuantitatif dan kualitatif</p>	<p>Hasil analisis menunjukan biaya produksi menurut Perusahaan sebesar Rp 1.000.000. Rp 53.000.000 sedangkan sesuai target biaya sebesar Rp 53.000.000. Rp 50.000.000 berdasarkan hasil perhitungan tersebut sebelum menggunakan aplikasi target costing, Perusahaan menunjukan manfaat yang di peroleh masih belum efektif. Karena itu menerapkan metode target costing</p>	

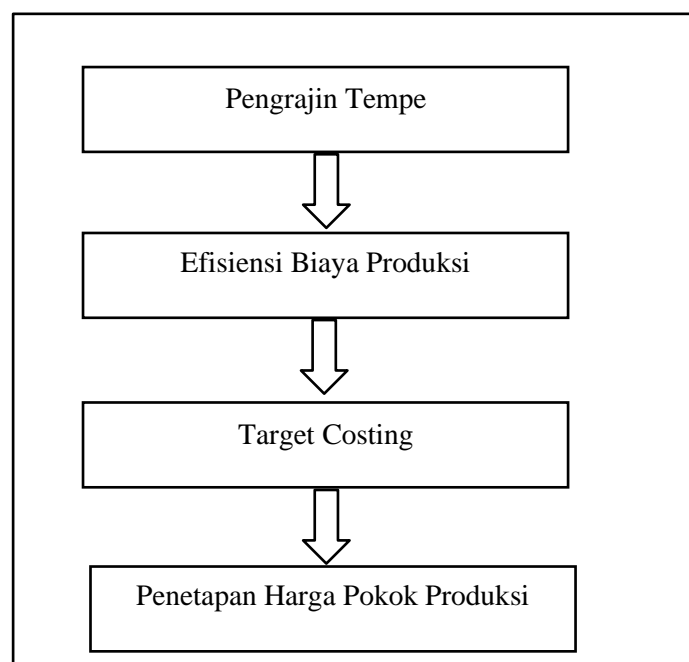
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

							pada CV. Budi Utama bisa dijadikan alat mengontrol biaya produksi. Hal ini ditunjukkan dengan penurunan harga dasar produksi Rp 3.000.00 mengurangi biaya tidak mengubah kualitas hasil produksi dan memungkinkan untuk meningkatkan keuntungan secara optimal sambil menyebutkan dengan harga bersaing di pasaran. (Name et al., 2021)
5	X:Penerapan Target Costing Sebagai Upaya Y:Peningkatan Laba Untuk Produksi Abon Sapi Dan Ayam Pada Masa Pandemi Covid-19	M.Afthon Hilman	Penerapan Target Costing Sebagai Upaya Peningkatan Laba Untuk Produksi Abon Sapi Dan Ayam Pada Masa Pandemi Covid-19	2021	Metode Kualitatif		Hasil penelitian menunjukkan bahwa target costing memberikan pengaruh terhadap kenaikan laba yang ditargetkan oleh pemilik usaha, yaitu laba yang diperoleh setiap harinya yang sebelumnya Rp 934.000 dan setelah menerapkan metode target costing menjadi Rp 1.800.000 naik menjadi 40% sesuai dengan yang diharapkan Perusahaan (Rahmawati, 2021)

2.6.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual merupakan model konseptual yang menunjukkan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai permasalahan penting. Yaitu mengenai penerapan metode *target costing* agar biaya produksi menjadi lebih efisien.

Berdasarkan penjelasan di atas, gambaran keseluruhan penelitian mengenai penerapan *target costing* untuk mengefisiensikan biaya produksi dapat dilihat melalui kerangka konseptual berikut :



Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran

Dari kerangka konseptual diatas dapat dijelaskan bahwa pengrajin tempe merupakan titik awal dari proses penelitian, yang kemudian dari proses produksi Langkah selanjutnya yaitu mencapai efisiensi biaya produksi yang bertujuan untuk mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Setelah melakukan efisiensi biaya produksi, proses selanjutnya adalah target costing, yang berfokus pada penetapan harga jual yang kompetitif di pasar. Setelah melakukan target costing, langkah terakhir adalah penetapan harga pokok produksi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif eksploratif yaitu studi kasus. Bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara aktual dan terinci tentang suatu fenomena atau masalah penelitian. Fokusnya untuk penerapan metode target costing dalam menentukan harga pokok produksi dan memberikan pemahaman yang lebih baik.

3.2. Objek, UMKM Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah penerapan *target costing* untuk mengendalikan biaya – biaya produksi yang terkait dengan pembuatan tempe, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead.

UMKM Analisis yang diteliti merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) produksi tempe.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Jalan Raya Kamurang Desa Citeureup (blok tempe) rt.06/01, Kec. Citeureup, Kab. Bogor, Jawa Barat.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Tipe data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah :

- a) Data Kualitatif dalam penelitian ini terdiri dari gambaran perusahaan, sejarah berdirinya perusahaan, proses produksi, dan lain-lain.
- b) Data Kuantitatif penelitian ini meliputi penjualan, bahan baku, biaya overhead pabrik, dan tenaga kerja dalam proses produksi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a) Data Primer penelitian ini adalah profil perusahaan, dan proses produksi yang diperoleh dari wawancara langsung dengan pemilik.
- b) Data Sekunder dalam penelitian ini memanfaatkan data sekunder dari berbagai publikasi, seperti buku, jurnal, dan artikel daring, untuk melengkapi informasi dari data primer.

3.4. Oprasionalisasi Variabel

Dalam oprasionalisasi variabel terdapat konsep teoritis menjadi konsep yang dapat diukur secara empiris, yang dijabarkan dalam tabel berikut

Tabel 3. 1 *Operasionalisasi Variabel*

Variable	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran
Target Costing	1. Target Cost	1. Target biaya Perusahaan	1. Tingkat target biaya yang dianggarkan perusahaan. (harga jual - laba yang diharapkan)	Rasio
	2. target Price	2. Target harga yang dimiliki perusahaan	2. Tingkat target harga yang dimiliki perusahaan. (target biaya + target laba)	Rasio
Harga Pokok Produksi	1. Harga Produksi	1. Biaya bahan baku	1. Biaya bahan baku langsung berdasarkan produk. (jumlah biaya bahan baku x harga)	Rasio
		2. Biaya tenaga kerja	2. Biaya tenaga kerja langsung dalam aktivitas membuat produk. (biaya tenaga kerja : jumlah produk yang diproduksi)	Rasio
		3. Biaya overhead	3. Alokasi biaya overhead berdasarkan produk. (jumlah produk terjual x jumlah produk yang diproduksi)	Rasio

3.5. Metode Pengumpulan Data

Dalam tahapan pengumpulan data dilakukan proses sebagai berikut

- a) Wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh data dari responden. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara tatap muka dengan pemilik usaha.

- b) Dokumentasi merupakan catatan peristiwa masa lalu. Peneliti mampu mengumpulkan data pendukung antara lain profil usaha, biaya produksi termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

3.6. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan penting dalam penelitian karena digunakan untuk menyimpulkan temuan penelitian. Analisis data dapat dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah berikut :

1. Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data dilakukan tahapan sebagai berikut

- Melakukan wawancara dengan pemilik UMKM tempe untuk mengumpulkan informasi terkait UMKM
- Mengumpulkan data biaya produksi terkait penggunaan pendekatan *target costing* pada pengrajin tempe. Seperti bahan baku, tenaga kerja, biaya overhead, harga bahan produksi, dan harga jual produksi.
- Mengumpulkan data terkait target biaya yang diinginkan terhadap produk-produk yang diproduksi.
- Melakukan dokumentasi untuk mendapatkan data pendukung terkait adanya penelitian

2. Analisis Komparatif

Dalam proses analisis komparatif, langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut

- Membandingkan biaya produksi aktual dengan *target cost* yang diinginkan.
- Menentukan selisih antara biaya aktual dan biaya target untuk setiap produk.
- Menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan perbedaan tersebut. Seperti efisiensi produksi, konsumsi bahan baku, dan pengendalian biaya.
- Menentukan harga pasar komperatif, dengan mengetahui harga jual pesaing produk yang sama, Sehingga mengetahui harga yang dijual lebih murah atau lebih mahal dari pada yang ditawarkan oleh pesaing.

3. Penentuan *Target Costing*

Dalam penentuan *Target costing* dilakukan berdasarkan target harga jual perusahaan dikurangi keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya. Data yang dibutuhkan meliputi target harga dan *target costing*. Dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga Pasar} - \text{Laba yang diinginkan}$$

Dengan melakukannya hasil perbandingan, akan memberitahu apakah metode yang digunakan dapat menghemat biaya yang dikeluarkan. Fase ini dapat membantu untuk menganalisis data yang relevan dan mengidentifikasi temuan yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Usaha Tempe Citeureup

4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Usaha

Usaha tempe ini berlokasi di JL. Raya Kamurang, Ds. Citeureup (blok tempe) RT. 06 RW 01, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor memiliki sejarah yang panjang. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 1987 dan merupakan usaha turun temurun dari orangtua. Awal mula usaha ini bermula ketika orangtua pemilik usaha merantau dari Jawa ke Jakarta. Setelah beberapa waktu tinggal di Jakarta, mereka memutuskan untuk pindah ke Bogor.

Pemilihan produksi tempe sebagai usaha tersebut didasarkan pada peluang yang terlihat lebih besar pada saat itu. Tempe yang merupakan makanan tradisional Indonesia yang populer dan memiliki permintaan yang stabil di pasar. Dalam hal ini, pemilik usaha merasa bahwa produksi tempe memiliki potensi yang baik untuk mendapatkan keuntungan.

Usaha ini menjual 2 (dua) jenis tempe, yaitu tempe daun dan juga tempe plastik. Tempe daun adalah tempe yang dibungkus dengan daun pisang, sedangkan tempe plastik adalah tempe yang dibungkus menggunakan plastik khusus yang aman untuk makanan. Untuk produksi tempe, bahan baku yang digunakan adalah kedelai. Kedelai tersebut di impor dari Amerika dan didistribusikan melalui beberapa titik di Indonesia, baik dalam bentuk gudang maupun koperasi. Bahan baku kedelai ini kemudian diolah menjadi tempe melalui proses fermentasi yang dilakukan di tempat usaha.

Dalam satu produksi tempe, seberat 70 kg, usaha ini dikerjakan oleh 1 (satu) karyawan yang berkerja selama 4 sampai 5 jam dalam sehari. Karyawan tersebut bertanggung jawab untuk mengolah kedelai menjadi tempe, mulai dari proses perendaman, penggilingan, pencampuran, hingga proses fermentasi. Jumlah tempe yang diproduksi setiap harinya dapat bervariasi tergantung pada permintaan dan kapasitas produksi yang dimiliki.

4.1.2 Tujuan Usaha

Tujuan didirikannya usaha produksi tempe ini yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga saat merantau dari Jawa ke Jakarta dan kemudian pindah ke Bogor. Pada awalnya, mencoba memproduksi tempe sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ternyata usaha ini tumbuh dan berkembang secara tidak terduga. Bisnis ini menjadi peluang kerja bagi para perantau sekampung untuk ikut serta dalam proses produksi tempe, sehingga mereka dapat

memperoleh penghasilan yang layak. Hingga saat ini, usaha tempe menjadi sumber utama penghasilan bagi anak-anaknya.

4.1.3 Kegiatan Usaha

Produksi tempe di Citeureup melibatkan beberapa tahapan. Terdapat dua jenis tempe yang diproduksi, yaitu tempe daun dan tempe plastik. Proses produksi dimulai dengan merebus kacang kedelai hingga matang. Setelah itu, kacang kedelai direndam selama satu malam sebelum digiling dan disaring untuk memisahkan kulit ampasnya. Setelah ampasnya disaring, kacang kedelai dicuci hingga bersih. Kemudian, ditambahkan ragi tempe kedalam kacang kedelai yang telah bersih dan diaduk secara merata. Setelah itu, adonan tempe ditiriskan selama kurang lebih satu jam dan dicetak sesuai jenisnya, ada yang dimasukkan kedalam plastik, ada juga yang dicetak menggunakan daun. Tempe yang sudah dicetak ditunggu selama 2 (dua) malam untuk menunggu jamur pada tempe. Tempe yang dihasilkan dapat bertahan selama minimal 2 (dua) hari dan maksimal 3 (tiga) hari jika disimpan pada suhu ruangan.

Dalam sehari, produksi tempe mencapai sekitar 70 (tujuh puluh) kg. Meskipun tidak selalu terjual habis, jika ada tempe yang tersisa, tempe tersebut akan dipotong menjadi dadu kecil dan diolah kembali. Bahan baku utama pembuatan tempe adalah kacang kedelai dan ragi tempe. Untuk setiap 70 (tujuh puluh) kg kacang kedelai, diperlukan sekitar 2-3 ons ragi tempe, yang jumlahnya dapat berfluktuasi tergantung pada cuaca, karna musim dingin membutuhkan ragi yang lebih banyak.

Usaha tempe yang diproduksi di Citeureup dipasarkan di berbagai tempat, penjualan utama di pasar Cikemah, Ciriung, Kec Cibinong, warung sayur, dan melalui penjual keliling. Produksi tempe ini untuk dijual langsung kepada konsumen dan juga menerima pesananan dari pelanggan.

Selain bahan baku, beberapa peralatan yang digunakan dalam proses produksi tempe adalah mesin giling untuk menggiling kacang kedelai, drum besi atau drum plastik untuk merendam kacang kedelai, dan alat saring untuk memisahkan ampas dari kacang kedelai. Dengan menggunakan peralatan tersebut, produksi tempe dapat dilakukan dengan lebih efisien.

4.2 Perhitungan Harga Jual Menggunakan Perhitungan Perusahaan

Usaha Tempe yang diproduksi di Citeureup menentukan harga jual produknya menggunakan pendekatan yang kompetitif dengan menyesuaikan harga produk mereka dengan harga yang berlaku secara umum di pasar. Dalam menentukan harga jual, Usaha tempe tidak mengandalkan perhitungan khusus atau metode tertentu. Pemilik mengambil acuan utama dari harga pasar yang sudah ada.

Dengan cara ini, pemilik dapat memastikan bahwa harga produk mereka tidak terlalu tinggi di pasaran atau terlalu rendah, sehingga tetap bersaing di pasaran.

4.2.1 Daftar Biaya Produksi Pada Usaha Tempe Citeureup

Usaha Tempe mengalami kendala dalam menetapkan harga jual produknya dan keuntungan yang diperoleh akibat kenaikan harga kedelai dan persaingan pasar yang ketat. Penggunaan kedelai impor yang harganya tinggi dan sering naik menyebabkan harga kedelai semakin mahal. Hal ini menimbulkan dilema dalam penetapan harga jual tempe. Perusahaan dihadapkan pada kenaikan harga bahan baku utama tempe yang signifikan, sementara persaingan usaha semakin ketat. Jika perusahaan menaikkan harga, konsumen berpotensi beralih ke pesaing dengan harga lebih rendah. Pemilik usaha tempe memiliki keinginan untuk mencapai target laba perusahaan, tetapi kondisi yang ada membuat pencapaian target laba menjadi sulit.

Pada penelitian ini penulis mengambil sampel dua produk dalam penelitian yang berjudul “Analisis Penerapan Target Costing Dalam Penentuan Harga Pokok Pada UMKM Produksi Tempe November Periode 2023”. Produk yang diambil untuk diteliti dalam penelitian ini yaitu tempe daun dan tempe plastik.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data produksi dari usaha tempe sebagai berikut

Tabel 4. 1
Ringkasan Data Produksi
Usaha Tempe per November 2023

Nama Produk	Harga Tempe	Unit Produksi	Pendapatan Penjualan
Tempe Daun	Rp 4.000	1.680	Rp 6.720.000
Tempe Plastik	Rp 4.000	6.120	Rp 24.480.000
Total		7.800	Rp 31.200.000

Sumber : Usaha Produksi Tempe

Berikut biaya produksi yang digunakan dalam memproduksi tempe:

1. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk bahan mentah yang digunakan dalam proses produksi. Untuk memproduksi tempe ada bahan-bahan utama yang dibutuhkan yaitu ragi dan kedelai. Di bawah ini merupakan rincian bahan baku dalam pembuatan tempe

Tabel 4. 2
Data Pemakaian Bahan Baku Tempe
Usaha Tempe per November 2023

Bahan Baku	Harga	Satuan	Pemakaian	Cost Bahan Baku
Ragi	Rp 2.500	Ons	3	Rp 7.500
Kedelai	Rp 12.600	Kg	70	Rp 882.000
Total Per Hari				Rp 889.500
Total Per Bulan				Rp 21.348.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Untuk penggunaan bahan baku pembuatan tempe diperlukan biaya total sebesar Rp889.500 per hari. Oleh karena itu, jika biaya tersebut dihitung secara akumulatif selama bulan November, jumlah total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp21.348.000.

Tabel 4. 3
Biaya Bahan Baku per Produk
Usaha Tempe per November 2023

Nama Produk	Unit Produksi	Volume Produksi	Biaya	Biaya per Produk	Total Biaya
Tempe Daun	1.680	7.800	Rp 21.348.000	Rp 2.737	Rp 4.598.160
Tempe Plastik	6.120	7.800	Rp 21.348.000	Rp 2.737	Rp 16.750.440

Sumber : Data Primer yang diolah

Pada bulan November pemakaian biaya bahan baku tempe daun dari total biaya sebesar Rp4.598.160 dengan memproduksi 1.680 pcs tempe daun dan memperoleh jumlah biaya perproduk sebesar Rp2.737. Sedangkan untuk pemakaian biaya bahan baku tempe plastik dari total biaya sebesar Rp16.750.440 dengan memproduksi 6.120 pcs tempe plastik dan memperoleh jumlah biaya per produk sebesar Rp2.737. Perhitungan ini digunakan untuk mencari biaya yang dikeluarkan dalam satu produk.

2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja pada usaha tempe berdasarkan jumlah tenaga kerja sebanyak satu (1) orang. Biaya gaji tenaga kerja pada usaha tempe ini dapat dilihat berdasarkan table dibawah ini :

Tabel 4. 4
Biaya Tenaga Kerja
Usaha Tempe per November 2023

Bagian	Jumlah Tenaga Kerja	Cost Gaji Harian	Cost Gaji Bulanan
Produksi	1	Rp 90.000	Rp 2.160.000
Biaya per Produk			Rp 277
Total Biaya Tempe Daun			Rp 465.360
Total Biaya Tempe Plastik			Rp 1.695.240

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Untuk biaya gaji tenaga kerja dengan total gaji selama sebulan sebesar Rp2.160.000 dengan pembagian beban gaji tenaga kerja berdasarkan produk tempe daun sebesar Rp465.360 sedangkan pada produk tempe plastik sebesar Rp1.695.240 dengan beban tenaga kerja per produk sebesar Rp277.

Tabel 4. 5
Biaya Pembebanan Gaji Tenaga Kerja
Usaha Tempe per November 2023

Nama Produk	Unit Produksi	Volume Produksi	Total BTKL	Biaya per Produk	Total Biaya
Tempe Daun	1.680	7.800	Rp 2.160.000	Rp 277	Rp 465.360
Tempe Plastik	6.120	7.800	Rp 2.160.000	Rp 277	Rp 1.695.240

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Perhitungan ini digunakan untuk mencari pembebanan gaji tenaga kerja per produk tempe, yaitu untuk tempe daun tarif biaya tenaga kerja per produk sebesar Rp277. Yang diperoleh dari total biaya gaji tenaga kerja sebesar Rp465.360 dibagi unit produksi sebanyak 1.680. sedangkan untuk produk tempe plastik tarif biaya tenaga kerja per produk yaitu sebesar Rp277. Yang diperoleh dari total biaya gaji tenaga kerja sebesar Rp1.695.240 dibagi unit produksi sebanyak 6.120. Sehingga dari total biaya tenaga kerja yang dikeluarkan selama 1 (satu) bulan diperoleh biaya tenaga kerja per produk sebesar Rp277.

3. Biaya Overhead

Untuk memperlancar proses produksi Usaha tempe memiliki biaya bahan overhead. Berikut ini adalah rincian biaya overhead yang dikeluarkan oleh usaha tempe selama bulan November tahun 2023 :

Tabel 4. 6
Daftar Biaya Overhead Pabrik
Usaha Tempe per November 2023

Jenis Biaya	Harga	Biaya BOP
Plastik dan Daun	Rp 50.000	Rp 1.200.000
Kayu Bakar	Rp 21.667	Rp 520.000
Biaya Transport	Rp 20.000	Rp 480.000
Biaya Sewa Lapak	Rp 35.000	Rp 1.085.000
Biaya Listrik dan Air	Rp 8.333	Rp 200.000
Total		Rp 3.485.000

Sumber : Hasil Wawancara Usaha Tempe

Berdasarkan data diatas biaya bahan overhead usaha tempe terdiri dari plastik dan daun, kayu bakar, biaya transport, biaya sewa lapak, biaya listrik dan air yang dikeluarkan selama bulan November sebesar Rp3.485.000.

Pengalokasian biaya overhead untuk setiap produk tempe dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 4. 7
Alokasi Pembebanan Biaya Overhead
Usaha Tempe per November 2023

Nama Produk	Unit Produksi	Volume Produksi	Total BOP	Biaya per Produk	Total Biaya
Tempe Daun	1.680	7.800	Rp 3.485.000	Rp 447	Rp 750.615
Tempe Plastik	6.120	7.800	Rp 3.485.000	Rp 447	Rp 2.735.640

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Pada bulan November alokasi biaya overhead yang dibebankan untuk setiap produk tempe dengan tarif biaya per produk yaitu sebesar Rp447 untuk tempe daun yang diperoleh dari total biaya sebesar Rp750.615 dibagi total unit produksi sebanyak 1.680 pcs. Sedangkan alokasi biaya overhead yang dibebankan untuk setiap produk tempe plastik dengan tarif biaya per produk yaitu sebesar Rp447 dari total biaya sebesar Rp2.735.640 dibagi total unit produksi sebanyak 6.120 pcs.

4.3 Penetapan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Usaha Tempe

Harga Pokok Produksi merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang atau produk yang siap untuk dijual. Harga Pokok Produksi ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead dapat

memperhitungkan struktur biaya operasi produksi dan menentukan harga jual. Harga pokok produksi sangat penting dalam menentukan harga jual, karena harga jual harus menutupi biaya produksi agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan.

1. Biaya Bahan Baku

Merupakan bahan dasar ataupun material mentah yang akan digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu produk. Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi merupakan biaya pembelian dalam HPP, yaitu berupa biaya pembelian bahan mentah. Bahan baku yang digunakan dalam Usaha Tempe diperoleh melalui pembelian dari gudang.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Merupakan tenaga kerja yang secara aktif maupun langsung terlibat didalam kegiatan proses produksi barang atau jasa. HPP yang termasuk yaitu mencakup biaya upah. Hal ini mencakup gaji, upah lembur yang diberikan kepada pekerja.

3. Biaya Overhead

Merupakan biaya tetap tetapi tidak langsung bisa berubah, biaya tidak langsung terkait dengan proses produksi secara langsung. Termasuk berbagai biaya operasional yang mendukung kegiatan proses produksi dalam menjalankan usaha secara keseluruhan.

Berikut ini merupakan perhitungan harga pokok produksi tempe daun dan tempe plastik:

Tabel 4. 8
HPP per Produk Tempe Daun Menurut
Usaha Tempe per November 2023

No	Tempe Daun	
1	Biaya Bahan Baku	Rp 2.737
2	Biaya Tenaga Kerja	Rp 277
3	Biaya Overhead	Rp 447
4	Total Biaya per Produk	Rp 3.461
5	Unit Produksi	1.680
6	Total Keseluruhan Biaya Produksi	Rp 5.814.480
7	Harga	Rp 4.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Pada November 2023 harga pokok produksi pada tempe daun dengan total keseluruhan biaya produksi sebesar $Rp3.461 \times 1.680 = Rp5.814.480$ dan memiliki total biaya per produk sebesar Rp3.461 yang meliputi biaya bahan baku sebesar

Rp2.737, biaya gaji tenaga kerja sebesar Rp277, biaya overhead sebesar Rp447 dan unit yang diproduksi sebanyak 1.680 pcs, dengan harga yang ditentukan Usaha Tempe sebesar Rp4.000 per pcs.

Tabel 4. 9
HPP per Produk Tempe Plastik Menurut
Usaha Tempe per November 2023

No	Tempe Plastik	
1	Biaya Bahan Baku	Rp 2.737
2	Biaya Tenaga Kerja	Rp 277
3	Biaya Overhead	Rp 447
4	Total Biaya per Produk	Rp 3.461
5	Unit Produksi	6.120
6	Total Keseluruhan Biaya Produksi	Rp 21.181.320
7	Harga	Rp 4.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Pada November 2023 harga pokok produksi pada tempe plastik dengan total keseluruhan biaya produksi sebesar $Rp3.461 \times 6.120 = Rp21.181.320$ dan memiliki total biaya per produk sebesar Rp3.461 yang meliputi biaya bahan baku sebesar Rp2.737, biaya gaji tenaga kerja sebesar Rp277, biaya overhead sebesar Rp447 dan unit yang diproduksi sebanyak 6.120, dengan harga yang ditentukan Usaha Tempe sebesar Rp4.000.

Tabel 4. 10
Elemen Biaya Harga Pokok Produksi
Usaha Tempe per November 2023

Nama Produk	BBB	BTKL	BOP	Total	Unit	Per Unit
Tempe Daun	Rp 4.598.160	Rp 465.360	Rp 750.615	Rp 5.814.480	1.680	Rp 3.461
Tempe Plastik	Rp 16.750.440	Rp 1.695.240	Rp 2.735.640	Rp 21.181.320	6.120	Rp 3.461

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Pada November 2023 harga pokok tempe daun yang memiliki total biaya sebesar Rp5.814.480 dengan biaya bahan baku sebesar Rp4.598.160, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp465.360 serta biaya overhead pabrik sebesar Rp750.615 dan unit produksi sebanyak 1.680, dengan harga pokok produksi per unit sebesar Rp3.461. Sedangkan untuk tempe plastik yang memiliki total biaya sebesar Rp21.181.320 dengan biaya bahan baku sebesar Rp16.750.440, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp1.695.240 serta biaya overhead pabrik sebesar Rp2.735.640

dengan unit produksi sebanyak 6.120, memperoleh harga pokok produksi per unit sebesar Rp3.461.

4.4 Daftar Biaya Produksi Bahan Baku Ketika Harga Bahan Baku Rendah

4.4.1 Harga Bahan Baku Tempe Normal

Dibawah ini adalah data bahan baku ketika harga kedelai berada pada kondisi normal. Dalam kondisi ini, harga kedelai stabil dengan harga yang wajar. Perhitungan dibawah ini digunakan sebagai perbandingan antara harga normal dan harga kedelai yang tinggi. Untuk menghitung target laba yang diinginkan oleh pemilik Usaha Tempe.

Tabel 4. 11
Data Pemakaian Bahan Baku
Tempe Harga Normal

Bahan Baku	Harga	Satuan	Pemakaian	Cost Bahan Baku
Ragi	Rp 2.500	Ons	3	Rp 7.500
Kedelai	Rp 7.000	Kg	70	Rp 490.000
Total Per Hari				Rp 497.500
Total Per Bulan				Rp 11.940.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Untuk penggunaan bahan baku pembuatan tempe ketika harga kedelai normal diperlukan biaya total sebesar Rp497.500 perhari. Oleh karna itu, jika biaya tersebut dihitung secara akumulatif, jumlah total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp11.940.000.

Tabel 4. 12
Biaya Bahan Baku per Produk
Tempe Harga Normal

Nama Produk	Unit Produksi	Volume Produksi	Biaya	Biaya per Produk	Total Biaya
Tempe Daun	1.680	7.800	Rp 11.940.000	Rp 1.531	Rp 2.572.080
Tempe Plastik	6.120	7.800	Rp 11.940.000	Rp 1.531	Rp 9.369.720

Sumber : Data Primer yang diolah

Ketika harga normal pemakaian biaya bahan baku tempe daun dari total biaya sebesar Rp2.572.080 dengan jumlah unit produksi sebanyak 1.680, memperoleh jumlah biaya perproduk sebesar Rp1.531. Sedangkan untuk pemakaian biaya bahan baku tempe plastik dari total biaya sebesar Rp9.369.720 dengan jumlah unit produksi sebanyak 6.120, memperoleh jumlah biaya perproduk sebesar Rp1.531. Sedangkan untuk perhitungan biaya tenaga kerja dan biaya overhead tidak

mengalami kenaikan sehingga peneliti tidak menghitung ulang. Untuk perhitungan dan biaya yang dikeluarkan masih sama ketika terjadi kenaikan atau tidak, perhitungan dapat dilihat untuk biaya tenaga kerja pada tabel 4.4 dan biaya overhead pada tabel 4.6.

4.4.2 Perbandingan Harga Pokok Produksi Ketika Harga Kedelai Normal

Tabel 4. 13
HPP per Produk Tempe Daun Menurut
Usaha Harga Normal

No	Tempe Daun	
1	Biaya Bahan Baku	Rp 1.531
2	Biaya Tenaga Kerja	Rp 277
3	Biaya Overhead	Rp 447
4	Total Biaya per Produk	Rp 2.255
5	Unit Produksi	1.680
6	Total Keseluruhan Biaya Produksi	Rp 3.788.400
7	Harga	Rp 4.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Harga pokok produksi ketika harga kedelai normal pada tempe daun dengan total keseluruhan biaya produksi sebesar $Rp2.255 \times 1.680 = Rp3.788.400$ dan memiliki total biaya per produk sebesar Rp2.255 yang meliputi biaya bahan baku sebesar Rp1.531, biaya gaji tenaga kerja sebesar Rp277, biaya overhead sebesar Rp447 dan unit yang diproduksi sebanyak 1.680, dengan harga yang ditentukan Usaha Tempe sebesar Rp4.000.

Tabel 4. 14
HPP per Produk Tempe Plastik Menurut
Usaha Harga Normal

No	Tempe Plastik	
1	Biaya Bahan Baku	Rp 1.531
2	Biaya Tenaga Kerja	Rp 277
3	Biaya Overhead	Rp 447
4	Total Biaya per Produk	Rp 2.255
5	Unit Produksi	6.120
6	Total Keseluruhan Biaya Produksi	Rp 13.800.600
7	Harga	Rp 4.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Harga pokok produksi ketika harga kedelai normal pada tempe plastik dengan total keseluruhan biaya produksi sebesar $Rp2.255 \times 6.120 = Rp13.800.600$ dan memiliki total biaya per produk sebesar Rp2.255 yang meliputi biaya bahan baku sebesar Rp1.531, biaya gaji tenaga kerja sebesar Rp277, biaya overhead sebesar Rp447 dan unit yang diproduksi sebanyak 6.120, dengan harga yang ditentukan Usaha Tempe sebesar Rp4.000.

Tabel 4. 15
Elemen Biaya Harga Pokok Produksi
Tempe Harga Normal

Nama Produk	BBB	BTKL	BOP	Total	Unit	Per Unit
Tempe Daun	Rp 2.572.080	Rp 465.360	Rp 750.615	Rp 3.788.400	1.680	Rp 2.255
Tempe Plastik	Rp 9.369.720	Rp 1.695.240	Rp 2.735.640	Rp 13.800.600	6.120	Rp 2.255

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Ketika harga pokok tempe daun dengan harga normal yang memiliki total biaya sebesar Rp3.788.400 dengan biaya bahan baku sebesar Rp2.572.080, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp465.360 serta biaya overhead pabrik sebesar Rp750.615 dan unit produksi sebanyak 1.680, dengan harga pokok produksi per unit sebesar Rp2.255. Sedangkan untuk harga pokok tempe plastik yang memiliki total biaya sebesar Rp13.800.600 dengan biaya bahan baku sebesar Rp9.369.720, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp1.695.240 serta biaya overhead pabrik sebesar Rp2.735.640 dan unit yang diproduksi sebanyak 6.120, dengan harga pokok produksi per unit sebesar Rp2.255.

Berdasarkan perbandingan terhadap perhitungan ketika harga kedelai tinggi dan ketika harga kedelai normal. Harga kedelai yang tinggi pada bulan November 2023 berdampak pada meningkatnya harga pokok produksi tempe, baik tempe daun maupun tempe plastik. Namun ketika harga kedelai normal, harga pokok produksi per unit tempe menjadi lebih rendah. Berdasarkan perbandingan harga diatas, dapat dilihat pada table di bawah ini perhitungan laba yang didapat oleh Usaha Tempe, saat harga bahan baku mengalami kenaikan dan saat harga bahan baku berada pada kondisi normal.

4.4.3 Perbandingan Perhitungan Laba Usaha Tempe

1. Perhitungan laba ketika harga bahan baku naik

Tabel 4. 16
Laba Rugi Usaha Tempe
Harga Naik

Laba Kotor	Rp 31.200.000
HPP	Rp 26.995.800
Laba Bersih	Rp 4.204.200

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Berdasarkan perhitungan diatas, ketika harga bahan baku kedelai untuk produksi tempe naik, Usaha Tempe memperoleh laba bersih sebesar Rp4.204.200. Laba kotor yang diperoleh adalah Rp31.200.000, dengan biaya Harga Pokok Penjualan (HPP) sebesar Rp26.995.800. Keuntungan tersebut diperoleh dari laba sebesar 13.48% dari total penjualan.

2. Perhitungan laba ketika bahan baku normal

Tabel 4. 17
Laba Rugi Usaha Tempe
Harga Normal

Laba Kotor	Rp 31.200.000
HPP	Rp 17.589.000
Laba Bersih	Rp 13.611.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Berdasarkan perhitungan diatas, ketika harga bahan baku kedelai untuk produksi tempe normal, Usaha Tempe memperoleh laba bersih sebesar Rp13.611.000. Laba kotor yang diperoleh adalah Rp31.200.000, dengan biaya Harga Pokok Penjualan (HPP) sebesar Rp17.589.000. Keuntungan tersebut diperoleh dari laba sebesar 43.56% dari total penjualan.

Berdasarkan perbandingan tersebut dapat dilihat bahwa ketika harga bahan baku kedelai naik, laba bersih yang diperoleh Usaha Tempe menurun menjadi Rp4.204.200, hal ini disebabkan karena kenaikan harga bahan baku secara langsung berdampak pada meningkatnya biaya produksi, sehingga besaran laba yang didapatkan juga akan menurun. Namun, ketika harga baku Kembali normal, laba pemilik usaha pun akan kembali meningkat seiring dengan turunnya biaya produksi. yaitu memperoleh laba bersih sebesar Rp13.611.000. Pada kondisi harga

mengalami penurunan, yaitu dari 43.56% menjadi 13.48%. Dengan demikian. Stabilitas harga bahan baku menjadi faktor penting yang mempengaruhi tingkat profitabilitas usaha bagi usaha tempe .

4.5 Langkah-langkah *Target Costing*

4.5.1 Menentukan Harga Pasar

Usaha tempe saat ini menawarkan dua jenis produk, yaitu tempe daun dan tempe plastik. Kedua jenis tempe tersebut diproduksi untuk memenuhi permintaan pasar, baik bagi konsumen yang menginginkan tempe daun maupun tempe plastik. Penetapan harga untuk kedua jenis tempe ini mengacu pada harga pasar yang berlaku secara umum. Harga yang ditetapkan adalah Rp4.000 per unit, baik untuk tempe daun maupun tempe plastik. Dengan menetapkan harga yang sesuai dengan harga pasar, usaha tempe dapat bersaing dengan produk sejenis yang dijual oleh pesaing di pasar yang sama.

4.5.2 Menentukan Target Laba

Pemilik usaha yang menjual tempe ingin memperoleh keuntungan sebesar 20% dari setiap penjualan per tempunya.

Berikut ini merupakan perhitungan target laba untuk setiap jenis tempe :

$$\begin{aligned}\text{Target Laba} &= \text{Harga jual per unit} - (100\% - 20\%) \times \text{biaya per unit} \\ &= \text{Rp}4.000 - (80\%) \times 4.000 \\ &= \text{Rp}4.000 - 0,8 \times 4.000 \\ &= \text{Rp}4.000 - \text{Rp} 3.200 \\ &= \text{Rp}800 / \text{pcs}\end{aligned}$$

Pada produk tempe laba yang ditetapkan UMKM sebesar Rp800 / pcs.

4.5.3 Menentukan Biaya Per Produk

Untuk dapat menjual produknya, usaha tempe terlebih dahulu menghitung biaya produksi yang dibutuhkan sesuai dengan kebutuhan untuk menghasilkan tempe. usaha tempe ini memiliki biaya produksi yang besarnya mencapai 80% dari harga jual yang ditetapkan, yaitu Rp4.000 per unit. Dengan demikian, biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi satu unit tempe adalah sebesar Rp3.200.

$$\begin{aligned}\text{Target Biaya} &= \text{Harga jual per unit} - (100\% - 80\%) \times \text{biaya per unit} \\ &= \text{Rp}4.000 - (20\%) \times 4.000 \\ &= \text{Rp}4.000 - 0,2 \times 4.000 \\ &= \text{Rp}4.000 - 800 \\ &= \text{Rp}3.200 / \text{pcs}\end{aligned}$$

Pada produk tempe biaya yang sudah ditetapkan UMKM sebesar Rp3.200 / pcs

Tabel 4. 18
Analisis Perhitungan Biaya dan Laba Tempe
Berdasarkan Usaha Tempe

Nama Produk	Harga	Unit Produksi	Biaya		Laba	
			Value	Total Biaya	Value	Total Laba
Tempe Daun	Rp 4.000	1.680	Rp 3.461	Rp 5.814.480	Rp 539	Rp 905.520
Tempe Plastik	Rp 4.000	6.120	Rp 3.461	Rp 21.181.320	Rp 539	Rp 3.298.680

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Data diatas memberikan informasi mengenai biaya dan laba yang diperoleh dari penjualan tempe. Baik tempe daun maupun tempe plastik pada Usaha tempe. Biaya penjualan per produk untuk tempe daun sebesar Rp3.461 dengan total biaya yang terkumpul selama bulan November 2023 mencapai Rp5.814.480. Sementara itu, laba penjualan per produk sebesar Rp539, dengan total laba yang berhasil diraih selama bulan November 2023 sebesar Rp905.520. Sedangkan biaya dan laba yang diperoleh dari penjualan tempe plastik pada Usaha tempe untuk biaya penjualan per produk sebesar Rp3.461 dengan total biaya yang terkumpul selama bulan November 2023 mencapai Rp21.181.320. Sementara itu, laba penjualan per produk sebesar Rp539, dengan total laba selama bulan November 2023 sebesar Rp3.298.680.

Tabel 4. 19
Perhitungan Biaya dan Laba Tempe
Menggunakan Metode *Target Costing*

Nama Produk	Harga	Unit Produksi	Biaya		Laba	
			Value	Total Biaya	Value	Total Laba
Tempe Daun	Rp 4.000	1.680	Rp 3.200	Rp 5.376.000	Rp 800	Rp 1.344.000
Tempe Plastik	Rp 4.000	6.120	Rp 3.200	Rp 19.584.000	Rp 800	Rp 4.896.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Metode *target costing* digunakan untuk menganalisis biaya penjualan per produk pada Usaha tempe. Hasil analisis menunjukkan bahwa biaya penjualan tempe daun per produk sebesar Rp3.200, dengan total biaya yang harus dikeluarkan sebesar Rp5.376.000. Selain itu, laba penjualan per produk yang akan diraih adalah sebesar Rp800, dengan total laba yang berhasil diraih sebesar Rp1.344.000. Sedangkan untuk hasil analisis tempe plastik menunjukkan bahwa biaya penjualan

per produk sebesar Rp3.200, dengan total biaya yang harus dikeluarkan sebesar Rp19.584.000. Selain itu, laba yang akan didapat untuk penjualan per produk adalah sebesar Rp800, dengan total laba yang akan diraih sebesar Rp4.896.000.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat selisih yang cukup signifikan terkait perhitungan usaha tempe dengan metode *target costing*, baik untuk produk tempe daun maupun tempe plastik. Dengan selisih yang didapat sebesar Rp261 untuk setiap produk.

4.6 Penerapan Target Costing Pada Usaha Tempe

Penulis menyajikan sebuah alternatif sebagai pertimbangan bagi pemilik usaha dalam mengambil keputusan guna mencapai target yang sesuai dengan biaya produksi yang diharapkan oleh pemilik usaha tempe, dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan mereka. Alternatif yang disarankan adalah penerapan prinsip *target costing* melalui *value engineering* (rekayasa nilai). Melalui pendekatan ini, pemilik usaha dapat menghadapi kenaikan harga bahan baku, terutama kedelai, dengan lebih efektif. Dengan menerapkan prinsip *target costing* dan *value engineering*, pemilik usaha dapat memaksimalkan nilai produk, mengendalikan biaya produksi, dan meningkatkan keuntungan mereka. Diantara lain sebagai berikut :

4.6.1 Value Engineering Usaha Tempe

Dalam metode target costing, diperlukan metode value engineering untuk meminimalkan sumber daya yang digunakan agar mencapai laba yang diinginkan. Dengan penggunaan value engineering yang tepat, diharapkan usaha tempe dapat mencapai target laba yang diinginkan melalui efisiensi biaya produksi sebagai berikut

1. Untuk meningkatkan konsistensi dan efisiensi produksi, usaha tempe disarankan untuk menimbang kedelai sebelum mengemas setiap bungkus. Dengan cara ini, dapat mencapai hasil produksi yang lebih stabil, menghindari pemborosan bahan baku, dan meningkatkan efisiensi secara keseluruhan. Yang sebelumnya hanya menghasilkan 6.120 tempe plastik dapat meningkat menjadi 6.720. Hal ini disebabkan karena sebelumnya, pengemasan tempe plastik dilakukan tanpa adanya penimbangan, sehingga jumlah setiap bungkus per hari berfluktuasi antara 255-280 bungkus. Dengan itu saya menggunakan jumlah bungkus terbanyak, diangka 280 untuk perharinya, maka dalam 24 hari kerja dapat dihasilkan 6.720 bungkus tempe plastik.
2. Sebagai pelanggan tetap di gudang pemasok, disarankan pemilik usaha tempe melakukan negosiasi harga. Mengingat bahwa jumlah kedelai yang dipesan dalam volume yang besar, ini memberikan posisi tawar yang lebih

kuat dalam bernegosiasi. Untuk meminta potongan harga Rp2.000 setiap pembelian, yang sebelumnya harga yang diperoleh Rp882.000 dapat berkurang menjadi Rp880.000.

3. Pemilik usaha tempe membutuhkan 1 gerobak kayu yang berisikan sekitar 30 potong kayu. Namun persediaan kayu sering habis dalam waktu yang tidak pasti, berkisar antara 3 hingga 4 hari tergantung jenis kayu yang digunakan, sehingga disarankan kepada pemilik usaha tempe untuk meminta agar pemasok kayu menyediakan kayu dengan jenis balok agar masa pemakaian kayu menjadi 4 hari. Untuk proses perebusan kedelai, dibutuhkan sekitar 10 potong kayu tropos setiap harinya. Sementara itu, jika menggunakan kayu balok, jumlah yang dibutuhkan menjadi lebih sedikit, yaitu sekitar 7 potong kayu per harinya. Oleh karena itu, dengan meminta jenis kayu balok kepada pemasok, pengrajin tempe dapat menghemat jumlah kayu yang digunakan setiap harinya. Sehingga masa kayu bisa habis dalam waktu 4 hari.

Tabel 4. 20
Peningkatan Efisiensi Produksi
Usaha Tempe

Jenis Produk	Harga Tempe	Unit Produksi	Pendapatan Penjualan
Tempe Daun	Rp 4.000	1.680	Rp 6.720.000
Tempe Plastik	Rp 4.000	6.720	Rp 26.880.000
Total		8.400	Rp 33.600.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Dari data diatas, terlihat adanya peningkatan jumlah produksi yang mengakibatkan peningkatan pendapatan penjualan. Pendapatan penjualan meningkat dari yang sebelumnya hanya menghasilkan Rp31.200.000 dapat meningkat menjadi Rp33.600.000.

Tabel 4. 21
Peningkatan Efisiensi Bahan Baku
Usaha Tempe

Bahan Baku	Satuan	Pemakaian	Cost Bahan Baku
Ragi	Ons	3	Rp 7.500
Kedelai	Kg	70	Rp 880.000
Total Per Hari			Rp 887.500
Total Per Bulan			Rp 21.300.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Dari data diatas, dapat dilihat terjadinya pengurangan biaya bahan baku yang berdampak pada pengurangan total biaya yang dikeluarkan oleh pemilik usaha. Biaya bahan baku yang sebelumnya sebesar Rp21.348.000 berhasil dikurangi menjadi Rp21.300.000. Untuk biaya tenaga kerja peneliti tidak melakukan perhitungan ulang dikarenakan tidak adanya perubahan, untuk perhitungannya dapat dilihat di table 4.4. Sementara untuk perhitungan biaya overhead dapat dilihat pada table dibawah ini.

Tabel 4. 22
Peningkatan Efisiensi Biaya Overhead
Usaha Tempe

Jenis Biaya	Harga	Biaya BOP
Plastik dan Daun	Rp 50.000	Rp 1.200.000
Kayu Bakar	Rp 16.250	Rp 390.000
Biaya Transport	Rp 20.000	Rp 480.000
Biaya Sewa Lapak	Rp 35.000	Rp 1.085.000
Biaya Listrik dan Air	Rp 8.333	Rp 200.000
Total		Rp 3.355.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Dari data diatas, dapat dilihat terjadinya pengurangan biaya overhead dikarenakan efisiensi biaya pada kayu bakar yang sebelumnya mengeluarkan biaya kayu bakar sebesar Rp21.667 per hari, berkurang menjadi Rp16.250 per hari. Sehingga berdampak pada pengurangan total biaya yang dikeluarkan oleh pemilik usaha. Biaya overhead yang sebelumnya sebesar Rp3.485.000 berhasil dikurangi menjadi Rp3.355.000.

Tabel 4. 23
Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi
Usaha Tempe

No	Keterangan	Biaya Pemilik		Target Costing		Selisih
		Tempe Daun	Tempe Plastik	Tempe Daun	Tempe Plastik	
1	Bahan Baku	Rp 2.737	Rp 2.737	Rp 2.536	Rp 2.536	Rp 201
2	Tenaga Kerja	Rp 277	Rp 277	Rp 277	Rp 277	-
3	Biaya Overhead	Rp 447	Rp 447	Rp 399	Rp 399	Rp 48
Total		Rp 3.461	Rp 3.461	Rp 3.212	Rp 3.212	Rp 249
Unit Produksi		1.680	6.120	1.680	6.720	600

Total Keseluruhan Biaya Produksi	Rp 5.814.480	Rp 21.181.320	Rp 5.396.160	Rp 21.584.640	Rp 15.000
Harga	Rp 4.000	Rp 4.000	Rp 4.000	Rp 4.000	-

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Dalam upaya untuk meningkatkan efisiensi, penulis telah melakukan beberapa strategi untuk mengurangi biaya produksi. Salah satu langkah yang diambil adalah bernegosiasi dengan pemasok untuk mendapatkan harga bahan baku yang lebih murah. Selain itu, penulis juga menyarankan untuk melakukan penimbangan yang tepat pada setiap bungkus tempe plastik dan mengurangi jumlah kedelai yang digunakan dalam setiap bungkus tempe. Penulis juga meminta pemasok untuk mengirimkan kayu yang lebih panjang.

Dengan menerapkan opsi-opsi ini, biaya produksi berhasil dikurangi untuk tempe plastik dari awalnya sebesar Rp3.461 per produk menjadi Rp3.212, dengan total penghematan sebesar Rp15.000 per bulan. Metode *target costing* terbukti efektif dalam menurunkan biaya produksi secara signifikan, sehingga total biaya produksi berhasil turun menjadi Rp26.980.800 dari sebelumnya Rp26.995.800.

Tabel 4. 24
Metode Target Costing Setelah Rekayasa Nilai
Usaha Tempe

Jenis Produk	Harga Jual	Unit Produksi	Biaya		Laba	
			Nilai Biaya	Total Biaya	Nilai Laba	Total Laba
Tempe Daun	Rp 4.000	1.680	Rp 3.212	Rp 5.396.160	Rp 788	Rp 1.323.840
Tempe Plastik	Rp 4.000	6.720	Rp 3.212	Rp 21.584.640	Rp 788	Rp 5.295.360

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Setelah melakukan analisis nilai seperti yang terlihat pada table di atas, diperoleh harga jual produk tempe daun sebesar Rp4.000 per unit dengan biaya per produk sebesar Rp3.212 dengan total biaya produksi per bulan sebesar Rp5.396.160. Dalam hal ini, laba per unit tempe daun adalah Rp788, dengan total laba per bulan sebesar Rp1.323.840. Sementara itu, untuk tempe plastik, harga jual per unitnya adalah Rp4.000 dengan biaya per produk sebesar Rp3.212 dengan total biaya produksi selama sebulan sebesar Rp21.584.640. Laba per unit tempe plastik adalah Rp788, dengan total laba per bulan sebesar Rp5.295.360.

Tabel 4. 25
Perbandingan Biaya per Produk Dengan Perhitungan Pemilik Usaha dan Perhitungan Target Costing Melalui Biaya Produksi Pada Usaha Tempe

Jenis Produk	Menurut Pemilik	Menurut <i>Target Costing</i>	Selisih Biaya
Tempe Daun	Rp 3.461	Rp 3.212	Rp 249
Tempe Plastik	Rp 3.461	Rp 3.212	Rp 249

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Melalui implementasi rekayasa nilai di Usaha Tempe, terbukti bahwa efisiensi biaya produksi pada produk tempe daun dan tempe plastik dapat dicapai. Sebelumnya, biaya produksi per produk mencapai Rp3.461, namun dengan rekayasa nilai, biaya produksi berhasil diturunkan menjadi Rp3.212 per produk. Hal ini menghasilkan pengurangan biaya sebesar Rp249 per produk.

Tabel 4. 26
Perbandingan Biaya Perbulan Dengan Perhitungan Pemilik dan Perhitungan Target Costing Melalui Efisiensi Biaya Produksi Pada Usaha Tempe

Menurut Pemilik	Menurut <i>Target Costing</i>	Selisih Biaya
Rp 26.995.800	Rp 26.950.800	Rp 15.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Dengan menerapkan metode *target costing*, Usaha Tempe berhasil mengurangi biaya produksi tempe per bulan menjadi Rp26.950.800 yang sebelumnya yaitu Rp26.995.800. Usaha Tempe berhasil menghemat biaya produksi sebesar Rp15.000 per bulan dengan jumlah produksi tempe meningkat. Melalui efisiensi biaya produksi yang diimplementasikan melalui metode *target costing*.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *target costing* merupakan alternatif yang tepat dalam menurunkan dan mengendalikan biaya produksi. Penelitian ini mengungkapkan keberhasilan metode *target costing* dalam meningkatkan efisiensi biaya produksi pada Usaha Tempe. Metode ini menggunakan analisis metode rekayasa nilai produk pada tahap desain yang sangat penting, karena sebagian besar biaya produk ditentukan dan dapat diantisipasi.

Tabel 4. 27
Perbandingan Laba Perbulan Dengan Perhitungan Pemilik dan Perhitungan Target Costing Melalui Efisiensi Laba Produksi Pada UMKM Tempe

Menurut Pemilik	Menurut Target Costing
Rp 4.204.200	Rp 6.619.200

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Penelitian ini menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan laba yang diraih oleh Usaha Tempe pada bulan November 2023. Sebelumnya, pemilik hanya meraup laba sebesar Rp4.204.200, namun setelah menerapkan metode *target costing*, laba mereka meningkat menjadi Rp6.619.200.

Kenaikan laba tersebut terjadi karena dengan menggunakan metode *target costing* Usaha Tempe dapat mengefisiensikan penggunaan bahan baku dan sumber daya lainnya. Pertama, penimbangan kedelai yang sebelumnya hanya menghasilkan 7.800 bungkus per bulan meningkat menjadi 8.400 bungkus per bulan. Kedua, efisiensi dalam penggunaan kayu bakar yang sebelumnya hanya dapat digunakan selama 3 hari meningkat menjadi 4 hari. Ketiga, terdapat efisiensi pada diskon kedelai sebesar Rp15.000 per bulan.

Dengan adanya efisiensi tersebut, Usaha Tempe dapat meningkatkan labanya secara signifikan. Penerapan metode *target costing* terbukti efektif dalam membantu Usaha Tempe mencapai laba yang lebih optimal.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis mengenai penerapan target costing dalam penentuan harga pokok produksi pada UMKM produksi tempe pada bulan November 2023, penelitian ini menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Penentuan harga jual pada Usaha ini sebelumnya hanya mengikuti harga jual pasar tanpa memperhitungkan harga pokok produksi. Oleh karena itu, peneliti melakukan estimasi harga pokok produksi menggunakan metode tradisional dengan tahapan menghitung biaya produksi terlebih dahulu untuk mengetahui biaya dari setiap produk dan laba yang diperoleh.
2. Penerapan target costing pada usaha tempe berhasil meningkatkan efisiensi biaya produksi. Sebelumnya, biaya produksi perproduk adalah Rp3.461/pcs untuk bulan November. Namun, dengan menerapkan target costing, biaya produksi dapat ditekan menjadi Rp3.212/pcs.
3. Sebelum menggunakan target costing, usaha tempe mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp26.995.800 untuk bulan November untuk memproduksi 7.800 tempe. Namun, dengan menerapkan target costing, biaya produksi dapat diefisiensikan menjadi Rp26.980.000 menghasilkan 8.400 tempe.
4. Penerapan target costing juga memberikan efek yang positif terhadap peningkatan laba yang diperoleh pemilik usaha tempe selama bulan November 2023. Sebelumnya, pemilik hanya memperoleh laba sebesar Rp4.204.200. Namun, dengan menerapkan target costing, laba meningkat menjadi Rp6.619.200.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis penerapan metode *Target Costing* dalam penentuan Harga Pokok Produksi (studi kasus pada UMKM Tempe di Citeureup Periode November 2023, peneliti memberikan saran dan melihat manfaat dari berbagai perspektif sebagai berikut :

1. Bagi Usaha Tempe

Pertama, peneliti memberi saran untuk Usaha Tempe agar menimbang kedelai sebelum mengemas setiap bungkus. Praktik ini dapat membantu mencapai hasil produksi yang lebih stabil, menghindari pemborosan bahan baku, dan meningkatkan efisiensi secara keseluruhan.

Kedua, peneliti memberi saran kepada Usaha Tempe selaku pelanggan tetap dengan volume pemesanan yang besar, bahwa Usaha Tempe memiliki posisi tawar yang lebih kuat dalam bernegosiasi harga kedelai dengan pemasok.

Ketiga, peneliti memberi saran untuk mengkomunikasikan kepada pemasok kayu bahwa persediaan kayu sering habis dalam waktu yang tidak pasti, berkisar antara 3 hingga 4 hari tergantung panjang kayu. Dengan adanya informasi ini, pemasok kayu dapat menyediakan kayu dengan ukuran yang lebih panjang dan besar, sehingga masa pakai kayu dapat diperpanjang menjadi 4 hari.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan landasan bagi peneliti selanjutnya mengenai penerapan target costing pada sektor UMKM. Peneliti dapat mengembangkan penelitian dengan menggali dampak yang lebih luas dengan objek penelitian yang beragam.

3. Bagi Pemerintah

Dari penelitian ini pemerintah dapat mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dihadapi Usaha tempe dalam menerapkan target costing. Dengan merancang kebijakan dan program pendukung yang sesuai untuk membantu UMKM meningkatkan efisiensi dan daya saing. Pemerintahan juga dapat mempertimbangkan kebijakan harga bahan baku, seperti kedelai, untuk memastikan keseimbangan antara keuntungan UMKM dan kepentingan konsumen, dengan mempertimbangkan hasil penelitian mengenai harga bahan baku tempe.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, T. H., Fahrudin, T., & Wisna, N. (2022). Aplikasi Web Untuk Penerapan Target Costing Dalam Perhitungan Biaya Produk Berdasarkan Metode Job Order Costing (Studi Kasus: UMKM Puri Utami, Bandung). *E-Proceeding of Applied Science*, 8(6), 776–782.
- Alkababji, MW (2023). Dampak penerapan target biaya dan perbaikan berkelanjutan (kaizen) terhadap pencapaian keunggulan kompetitif berkelanjutan perusahaan industri Palestina. *Jurnal Perkembangan Bisnis dan Sosial Ekonomi*, 3(4), 372-387. <https://doi.org/10.1108/jbsed-11-2022-0121>
- Ardiansyah, B., Haq, A., & Rahmi, A. (2021). PENERAPAN TARGET COSTING SEBAGAI SISTEM PENETAPAN HARGA JUAL DAN PENINGKATAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA KEDAI D'HOOK TAHUN 2017. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 7(1).
- Area, U. M. (2023). *MENGGUNAKAN METODE FULL COSTING DAN VARIABEL COSTING DALAM MENENTUKAN HARGA SKRIPSI OLEH : ANNISA AYUANDIRA PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN* Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana .
- Astuti, D., Fauzi, A., Hafidzi, M. K., Ramadhani, N., Rahmah, N., & Dikdaya, T. (2022). Klasifikasi Biaya Berdasarkan Produksi dan Perannya terhadap Goal Perusahaan (Literature Review Akuntansi Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(3), 290-302.
<https://www.dinastirev.org/JIHHP/article/view/1041>
- Azwar, M. (n.d.). RI Negeri Agraris Suka Tempe, Tapi Getol Impor Kedelai. *CNBC Indonesia* 2023.
https://www.cnbcindonesia.com/news/20230117073123-4-405950/ri-negeri-agraris-suka-tempe-tapi-getol-impor-kedelai?_gl=1*y5mxol*_ga*YW1wLTIRazJ5QkJOEI5TGM5RndQOHUtOUE.
- Carter. (n.d.). *klasifikasi biaya*. <https://e-journal.uajy.ac.id/30822/3/1804243422.pdf>
- DR I Gusti Putu Darya MM. (2019). *AKUNTANSI MANAJEMEN*.

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=p06gDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=info:ysrp8vKh3CcJ:scholar.google.com/&ots=LI7l_k7R0k&sig=EXp7YddsPUu6xSn9PtKRO8FoW5g&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Eli Kuncoro, P. A. M. (n.d.). *PPID BALAI BESAR PENGEMBANGAN PENGUJIAN MUTU BENIH TANAMAN PANGAN DAN HORTIKULTURA*.

[https://bbppmbtph-tanamanpangan-ppid.pertanian.go.id/index.php/news/view/1077#:~:text=Bushel adalah unit pengukuran yang,sama dengan 27%2C2 kilogram](https://bbppmbtph-tanamanpangan-ppid.pertanian.go.id/index.php/news/view/1077#:~:text=Bushel%20adalah%20unit%20pengukuran%20yang%20sama%20dengan%2027%25%20kilogram)

Freepik. (2022). *Cara Menghitung Harga Pokok Produksi*. Run System.
<https://runsystem.id/id/blog/harga-pokok-produksi/>

Gui, A. (2022). *Target Costing*. Binus University School of Information Systems.
<https://sis.binus.ac.id/category/article/>

Idris, M. (n.d.). *Di era Soeharto, RI Bisa Swasembada Kedelai, Kenapa Kini Impor Terus?* Kompas.Com, 23 Februari 2022.
<https://amp.kompas.com/money/read/2022/02/23/105537126/di-era-soeharto-ri-bisa-swasembada-kedelai-kenapa-kini-impor-terus>

Jannah, M. (2018). Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor. *Banque Syar'i*, 7, 87–112.

Jaringan), K. versi online/daring (dalam. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. <https://kbbi.web.id/biaya.html>

[Kacaribu, A. A., Satria, F., & Satria, F. \(2022\). AKUNTANSI BIAYA. Drestanta Pelita Indonesia Press, 1-54.](#)

Lantang, A. S., & Wibisono, L. K. (2023). *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada UD . Madina Kecamatan Tondon Kabupaten Toraja Utara*. 2(1).

Mariana Tandi, D. N. D. (2022). ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN METODE FULL COSTING DAN VARIABLE COSTING PADA USAHA PENJAHIT DEWANTA Mariana. *Jurnal Ulet Volume 6 No 1*, 18(1), 58–75.

<http://ejournal.stiejb.ac.id/index.php/jurnal-ulet/article/view/204>

Missah, L. N., Ilat, V., & Tirayoh, V. Z. (2019). Pengaruh karakteristik informasi akuntansi manajemen terhadap kinerja manajerial pada PT. Bank Sulutgo. *Indonesia Accounting Journal*, 1(2), 39.

<https://doi.org/10.32400/iaj.26176>

Muharam, S. (2021). *Penerapan Target Costing Sebagai Upaya Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada CV Golden Foods Asia Raya Periode 2019*.

<https://repository-feb.unpak.ac.id/home/handle/123456789/184>

Name, C., Name, T., Revd, R. T., Lungile, L., World Economic Forum, Fitzpatrick, T., Modeling, L. M., Measurement, F., Snowrift, O. N., Environmental, A. R., Regional, S. S., Power, E., Limited, G. C., Influence, T. H. E., Snow, O. F., On, F., Around, S., Embankment, T. H. E., Wind, I. N., ... End, F. Y. (2021). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(2), 6.

Nandy. (n.d.). *Strategi Penetapan Harga: Pengertian, Faktor, dan Macamnya*. Gramedia Literasi. <https://www.gramedia.com/literasi/strategi-penetapan-harga/>

Pioh, F. T. C., Manossoh, Hendrik, & Tirayoh, V. Z. (2019). Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Alat Bantu Untuk Meminimalkan Biaya Produksi Dalam Rangka Mengoptimalkan Perolehan Laba Pada Ud. Acong Bakery. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 3149–3158.

Poetri, A. (2011). Bab II Harga Pokok Produksi. *Harga Pokok Produksi*, 9–31.

<http://e-journal.uajy.ac.id/1552/3/2EA15979.pdf>

PURWANTO, E. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 248–253.

<https://doi.org/10.30871/jama.v4i2.2402>

Rahmawati, M. (2021). *Penerapan target costing sebagai upaya peningkatan laba untuk produksi keripik salak pada masa pandemi covid-19: Studi pada home industry Syakira Lumajang*. 19.

<http://etheses.uin-malang.ac.id/31106/%0Ahttp://etheses.uin-malang.ac.id/31106/2/17520044.pdf>

Rosyda. (n.d.). *Pengertian Harga: Fungsi, Jenis, Tujuan, dan Contohnya*. Gramedia Blog. https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-harga/#google_vignette

Saefullah, M. Y. (2022). 2022 Muhamad Yusuf Saefullah 022118260. November.

- Santika, E. F. (n.d.). *Harga Kedelai Internasional Naik 3 Bulan Beruntun hingga November 2023*. Databoks 17/11/2023.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/17/harga-kedelai-internasional-naik-3-bulan-beruntun-hingga-november-2023>
- Simanjuntak, N., & Doloksaribu, A. (2021). Teknik Pengurangan Biaya Dengan Tujuan Meningkatkan Produktivitas Dalam Pencapaian Laba Yang Maksimum: Sebuah Kajian Pustaka. *PROFESIONAL Jurnal Ekonomi*, 1(1), 17–23.
<https://jurnal.yappsu.org/index.php/skylandsea/article/view/3%0Ahttps://jurnal.yappsu.org/index.php/skylandsea/article/download/3/3>
- Siska Yulia Weny. (2023). Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Pokok Penjualan Pada PT. Sejahtera Sentosa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(1), 101–113.
<https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i1.62>
- Tambunan, H. B., Ilat, V., & Pusung, R. J. (2021). Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Penghematan Biaya Produksi pada UMKM Trendy Fried Chicken di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 1335–1341.
- Utami, E. O., Sokarina, A., & Suryantara, A. B. (2022). Analisis Penerapan Target Costing Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(4), 621–635.
<https://doi.org/10.29303/risma.v2i4.333>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Miranda Hutajulu
Alamat : Karang Asem Timur RT 03 RW 04, Kecamatan
Citeureup, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 14 Januari 2001
Agama : Islam
Pendidikan
• SD : SDN Puspa Negara 1
• SMP : SMPN 3 Citeureup
• SMK : SMK PGRI 2 Cibinong
• Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, 25 Juni 2024

Putri Miranda Hutajulu

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara

Berikut ini adalah beberapa pertanyaan wawancara yang diajukan kepada:

Narasumber : Bapak Budi

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : Pemilik Perusahaan

1. Profil UMKM

Saya : Apakah ada nama atau merek khusus untuk produk Bapak?

Bapak Budi : Tidak ada

Saya : Kapan usaha ini didirikan? Apakah ini usaha keluarga yang diwariskan atau bagaimana awal mula usaha ini berdiri?

Bapak Budi : Usaha ini berdiri sejak 1987 , usaha turun temurun dari orang tua. Sejarah nya itu awal mula orang tua merantau dari Jawa ke Jakarta sampai akhirnya saat ini di Bogor. Saat itu merasa peluang penjualan tempe sangat besar.

Saya : Apakah ada struktur organisasi dan laporan keuangannya? Kalau tidak ada bagaimana Bapak mencatat penjualannya?

Bapak Budi : Tidak ada laporan keuangan ataupun catatan penjualannya

2. Tenaga kerja

Saya : Berapa jumlah karyawan yang Bapak miliki saat ini? Apakah ada penambahan karyawan pada waktu-waktu tertentu?

Bapak Budi : Saat ini kami hanya memiliki 1 karyawan dan tidak ada penambahan karyawan pada saat tertentu

Saya : Bagaimana cara bapak memilih karyawan untuk usaha ini?

Bapak Budi : Dalam memilih karyawan, saya mencari yang berpengalaman karna untuk memilih karyawan sendiri dalam bidang produksi tempe harus sesuai dan bisa menyesuaikan setiap ragi tempe supaya tempe yang di hasilkan sempurna sesuai porsinya

Saya : Berapa jam kerja karyawan Bapak dalam sehari?
Bapak Budi : Karyawan saya bekerja sekitar 4 sampai 5 jam kerja
Saya : Apakah karyawan Bapak diberikan upah harian atau bulanan?
Berapa besaran upah yang bapak berikan?
Bapak Budi : Upah yang saya berikan itu harian Rp. 90.000,-

3. Produksi dan pemasaran

Saya : Ada berapa jenis tempe yang Bapak produksi?
Bapak Budi : Ada 2 jenis tempe yang saya produksi, terdiri dari tempe daun dan tempe plastik
Saya : Bisa Bapak jelaskan proses pembuatan tempe tersebut? dan tempe biasanya tahan untuk berapa lama?
Bapak Budi : Untuk proses pembuatannya, kacang kedelai direbus sampai matang di diamkan selama 1 malam lalu di giling dan di saring kulit ampasnya kemudian di bilas hingga bersih, lalu diberikan ragi tempe dan di tiriskan selama kurang lebih 1 jam . Tempe yang kami produksi biasanya tahan di suhu ruang minimal 2 hari dan maksimal 3 hari.
Saya : Baik, terimakasih atas penjelasannya. Lalu berapa jumlah tempe yang diproduksi dalam satu hari?
Bapak Budi : Kami memproduksi sekitar 70 kilogram untuk perhari
Saya : Apakah tempe yang diproduksi akan selalu habis terjual? Jika ada sisa, bagaimana Bapak menanganinya?
Bapak Budi : Tidak selalu habis terjual, biasanya jika tempe tersisa saya potong dadu kecil-kecil dan di olah kembali
Saya : Untuk pengolahan kembalinya itu bagaimana ya pak?
Bapak Budi : Tempe yang sudah saya potong kecil- kecil dadu tadi saya campurkan ke olahan tempe yang mau dijual besok
Saya : Mengeri. Lalu, dari mana Bapak memperoleh bahan baku kacang kedelai untuk pembuatan tempe? Apa ada langganan tersendiri atau bagaimana?

Bapak Budi : Kedelai di impor dari Amerika yang bercabang di beberapa titik di Indonesia, ada yang dalam bentuk gudang dan ada juga yang dalam bentuk koperasi tapi saya mengambil kedelai dari gudangnya di sekitar sini.

Saya : Bahan baku dan peralatan apa saja yang digunakan untuk membuat tempe? dan berapa banyak bahan baku yang dibutuhkan untuk menghasilkan jumlah pesanan?

Bapak Budi : Kacang kedelai sekarang harganya lagi tinggi 70kg Rp.882.000,- per kilonya Rp. 12.600,- kalau harga normalnya Rp. 490.000,- per kilonya 7 ribu. Ragi tempe saya beli per kilo Rp. 25.000,- ragi untuk kedelai 70kg membutuhkan 2-3 ons ragi per harinya tapi dilihat juga dari cuaca karna jika musim dingin ragi yang dibutuhkan akan lebih banyak dari biasanya, biasanya ragi akan ditambahkan sekitar 1 ons. Untuk plastik dan daunnya membutuhkan dana kurang lebih Rp. 50.000,-

Saya : Apakah ada bantuan dari pemerintah ketika terjadi kenaikan kedelai atau bahan baku?

Bapak Budi : Tidak ada

Saya : Berapa biaya yang Bapak keluarkan untuk peralatan, mesin, bensin, dan listrik?

Bapak Budi : Mesin giling kedelai saya beli waktu dijamannya diharga Rp. 4.000.000,-, Drum untuk menempatkan tempe itu saya menggunakan 3 drum harga satuannya Rp. 200.000 per drumnya, kalau saringan sekitar Rp. 15.000,- . Biaya bensin itu saya isi 120 ribu per 6 hari saya gunakan untuk pulang pergi saya berjualan ke pasar dan hari minggu itu saya libur jualan di pasar. Kalau listrik, token yang saya gunakan udah mencakup 4 orang bergabung dengan penjualan lain yang produksi tempe juga dan sudah gabung dengan biaya listrik rumah saya karna saya membuat juga dirumah.

Saya ; Apakah ada biaya perawatan mesin?

Bapak Budi : Tidak ada, kecuali rusak

Saya : Apakah mesin tersebut sudah pernah mengalami kerusakan sebelumnya?

Bapak Budi : Tidak pernah rusak sampai saat ini

Saya : Terkait pemasaran, ke mana saja tempe yang Bapak produksi dipasarkan?

Bapak Budi : Saya biasanya berjualan di pasar, warung dan pedagang sayur keliling juga ambil tempeke saya

Saya : Apakah ada perbedaan jumlah produksi antara yang dijual di pasar dan yang dipesan?

Bapak Budi : Tidak, jumlah produksi kami tetap sama baik ketika ada pesanan atau tidak, biasanya yang mau pesan chat saya melalui whatsapp atau datang langsung ke pasar. Jumlah produksinya ga saya lebihkan tetap sama

Pendapatan

Saya : Bagaimana Bapak menentukan harga jual tempe yang akan dijual?

Bapak Budi : Dengan menghitung dari harga per kilo 1 kg Rp. 12.000,-

Saya : Berapa harga tempe untuk satu bungkus ?

Bapak Budi : Tempe plastik ukuran 12x30 seharga Rp4.000 begitupun dengan tempe daun harga jualnya sama Rp4.000.

Saya : Apakah ada ukuran lain yang diproduksi?

Bapak Budi : Jika ada pesanan, ada pembeli yang minta beberapa ukuran, biasanya saya sesuaikan dengan permintaanya. Tapi untuk penjualan harian saya hanya jual yang 4.000 saja.

Saya : Berapa omzet yang Bapak hasilkan dalam sehari atau sebulan?

Bapak Budi ; Sehari saya biasanya dapat 1, 3 jt dari 70kg kedelai.

Lampiran 2 Proses Produksi Tempe

Gambar 6 Kacang kedelai yang didiamkan satu malam



Gambar 7 Proses penggilingan kedelai



Gambar 8 Penyaringan ampas kedelai



Gambar 9 Pembungkusan kedelai



Gambar 10 Proses pencetakan kedelai



Gambar 11 Tempe yang sudah jadi dalam waktu 2-3 hari

