

Analisis Target Costing dalam Optimalisasi Laba Usaha Mikro Kecil Menengah

Muhammad Abdul Mu'ijz¹ & Ita Rakhmawati²

Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

¹ mu'ijz22@gmail.com, ² itarakhmawati@iainkudus.ac.id

Abstrak

Labanya merupakan salah satu indikator untuk menjaga keberlangsungan perusahaan. Untuk mencapai laba yang optimal, perusahaan harus melakukan pembebanan terhadap produk secara tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan metode *target costing* agar dapat mengefisienkan biaya produksi pada Iqbal Collection. Riset ini merupakan penelitian kualitatif dengan desain studi kasus. Sumber data meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan sebelum melaksanakan *target costing* adalah sebesar Rp. 52.905.000,00. Sedangkan setelah penerapan *target costing*, biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan adalah sebesar Rp. 49.905.000,00. Hal ini menunjukkan terjadinya efisiensi biaya sebesar 5,67% pada penerapan *target costing*. Dilihat dari aspek perolehan laba, laba yang diperoleh sebelum penerapan *target costing* adalah sebesar Rp. 2.595.000,00. Sedangkan setelah penerapan *target costing* laba yang diperoleh sebesar Rp. 5.595.000,00. Kondisi mengindikasikan *target costing* terbukti mampu mengoptimalkan laba pada tingkat sebesar 10,08%.

Kata Kunci: Biaya, Target Costing, dan Optimalisasi Laba

Abstract

Profit is one indicator to maintain the sustainability of the company. In order to achieve optimal profit, the company must charge the product appropriately. The purpose of this research is to apply the target costing method in order to make production costs efficient at the Iqbal Collection. This research is a qualitative research with a case study design. Data sources include primary data and secondary data. Primary data obtained through interviews and observation. Secondary data obtained through documentation. The results showed that the production costs incurred by the company before implementing target costing were Rp. 52,905,000.00. Whereas after

the implementation of target costing, the costs incurred by the company amounted to Rp. 49,905,000.00. This indicates a cost efficiency of 5.67% in the application of target costing. Viewed from the aspect of profit acquisition, the profit obtained before the implementation of target costing was Rp. 2,595,000.00. Meanwhile, after the implementation of target costing, the profit obtained was Rp. 5,595,000.00. Conditions indicate that target costing is proven capable of optimizing profits at a level of 10.08%.

Keyword: *Cost, Target Costing, and Profit Optimization*

A. Pendahuluan

Perkembangan bisnis yang semakin pesat membawa dampak meningkatnya kompetisi diantara perusahaan yang sejenis. Guna memiliki keunggulan kompetitif sekaligus menjaga keberlangsungan bisnis, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat terutama dalam optimalisasi laba. Laba yang diperoleh perusahaan berasal dari selisih lebih total penjualan terhadap harga pokok produk. Dengan demikian guna mengoptimalisasi laba, perlu penentuan harga pokok produk yang akurat. Salah satu langkah yang dapat dimanfaatkan adalah melalui perencanaan dan pengendalian biaya produksi (Haidar Azmi, 2021).

Pembebanan biaya produksi sebagai komponen utama dalam menentukan harga pokok produk perlu dilakukan dengan cermat. Kesalahan dalam pembebanan biaya dapat berdampak pada tidak tercapainya laba yang diharapkan oleh manajemen. Pada umumnya, pelaku UMKM menggunakan pendekatan *tradisional costing* dalam penentuan harga pokok produk. Pendekatan tradisional costing dilakukan dengan menjumlahkan seluruh biaya produksi berupa bahan baku, biaya tenaga kerja langsung serta biaya overhead pabrik kemudian membaginya dengan kapasitas produksi pada periode bersangkutan. Pendekatan ini memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam pengumpulan biaya produksi. Namun di sisi lain penggunaan pendekatan *tradisional costing* menimbulkan permasalahan pada terkait sulitnya memaksimalkan laba, sehingga target keuntungan yang direncanakan perusahaan tidak tercapai

Persebaran UMKM di Indonesia sangat tinggi. Data *Asean Investment Report* menunjukkan, UMKM di Indonesia jumlahnya 65,46 juta dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 87% (ASEAN & UNCTAD, 2022). Akan tetapi potensi besar tersebut belum diimbangi dengan kemampuan dalam menghasilkan laba. Iqbal Collection sebagai salah satu UMKM di Kabupaten Kudus dalam sektor *garment* turut mengalami permasalahan

terkait dengan pencapaian laba yang diperoleh. Berdasarkan data di lapangan menunjukkan perusahaan belum mampu memenuhi target laba sebesar 15% dari total pengeluaran biaya produksi yang ditentukan oleh pemilik. Kondisi tersebut ditunjukkan dalam tabel sebagaimana berikut:

Tabel 1. Perhitungan Margin Laba

No	Tahun	Harga Jual (Rp.)	Pengeluaran Biaya (Rp)	Margin Laba	
				Rp	%
1.	2016	450.000.000	382.500.000	67.500.000	15
2.	2017	460.000.000	391.000.000	64.400.000	14
3.	2018	500.000.000	435.000.000	65.000.000	13
4.	2019	510.000.000	448.800.000	61.200.000	12
5.	2020	600.000.000	569.000.000	31.000.000	10
6.	2021	670.000.000	634.860.000	35.140.000	10

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa terjadi penurunan laba pada kurun waktu enam tahun terakhir. Khusus pada tiga tahun terakhir, tahun 2019 target laba hanya mampu memenuhi sebesar 12% dengan nilai penjualan sebesar Rp. 510.000.000. Meskipun pada tahun 2020, target laba telah memenuhi 10% namun jumlah penjualan mengalami penurunan menjadi sebesar Rp. 480.000.000. Sedangkan pada tahun 2021, target laba hanya mampu memenuhi sebesar 10% dengan nilai penjualan yang menurun sebesar Rp. 420.000.000.

Kondisi demikian mendorong manajemen untuk memiliki formula terbaru dalam sisi pembebanan produk agar mencapai efisiensi. Efisiensi didefinisikan sebagai jumlah relatif input yang dimanfaatkan guna mencapai tingkat output tertentu (Horngren, C. T., Datar, S. M., & Foster, 2008). Penggunaan *target costing* diharapkan mampu memberikan hasil yang lebih optimal yaitu meningkatnya efisiensi *production cost* yang berdampak langsung terhadap naiknya penawaran harga (Indriani, Cynthia; Taufiq, Ahmad Burhanudin; Rahmi, 2019)

Target costing merupakan pendekatan dalam menentukan biaya yang diharapkan atas produk dengan mendasarkan harga yang bersaing. Krismiaji menjelaskan di mana *target costing* merupakan mekanisme penetapan biaya produksi tertinggi yang dimungkinkan bagi produk baru serta mendesain *prototype* seharusnya dikorbankan untuk menghasilkan sebuah produk dengan di bawah asumsi efisiensi, kondisi ekonomi, dan faktor lain tertentu (2011). Penerapan target costing ini diharapkan mampu

menghasilkan rekayasa biaya yang dapat mengoptimalkan target yang ditentukan manajemen. *Target costing* memiliki tujuan utama dalam rangka meminimalisir biaya, di mana saat *target cost* dapat dicapai, maka *target cost* yang baru akan lebih rendah ditentukan (Malue, 2013). Dengan demikian *target costing* menjadi pendekatan penentuan biaya produksi melalui harga pasar kompetitif.

Penetapan *target costing* sebagai pendekatan dalam menentukan *cost* sebuah produk atau jasa dengan mendasarkan pada *target price* yang mampu diraih oleh pengguna. Pendekatan demikian disebut pula sebagai perhitungan biaya berdasarkan harga (*price driven costing*), yaitu pendekatan penetapan harga baru yang diawali dari apa yang mampu dibayar oleh pasar. *Target Costing* dapat dilakukan paling murah pada saat tahap pengembangan, dimana produk baru masih berbentuk sebagai *prototype* belum final. Pada waktu ini, masih terdapat serangkaian pengujian (*product testing*) sehingga apa yang diinginkan dapat tertampung dan masih ada waktu untuk mengetahui keinginan pelanggan. *Cost estimation* merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari perhitungan biaya berdasarkan *target costing* dan *life cycle costing*. Estimasi biaya dari berbagai desain produk merupakan bagian dari proses seleksi yang digunakan manajemen untuk memberi penilaian terbaik bagi pelanggan dengan berdasarkan biaya produksi dan biaya lainnya

Sama halnya dengan proses pembebanan, *target costing* dicapai melalui beberapa langkah kerja. Namun, metode *target costing* penyelesaiannya bersifat terbalik dan sangat berbeda dengan pendekatan lain. Tahap tahap penerapan *target costing* diantaranya meliputi penentuan *target price*, penentuan *target profit*, penentuan *target cost*, serta melakukan *value engineering* (rekayasa nilai) (Juwita & Satria, 2017). *Target price* umumnya mendasarkan pada harga pasar produk sejenis atau harga kompetitor di lapangan. Sedangkan *target profit* ditentukan oleh pemilik usaha dengan berbagai pertimbangan yang bersifat internal maupun eksternal. Biaya target atau *target cost* merupakan selisih antara harga jual produk yang diperlukan guna mencapai pangsa pasar (*market share*) tertentu terhadap keuntungan per satuan produk yang diestimasi (Mulyadi, 2017). Setelah target biaya ditentukan, langkah berikutnya adalah menentukan target laba yang dihitung dengan menselisihkan antara harga jual dengan laba (Juwita & Satria, 2017).

Penelitian terkait *target costing* oleh Ayu et al., (2022) memberikan hasil dimana pengaplikasian *target costing* mampu menghasilkan efisiensi

biaya sebesar 3,45% dengan melalui rekayasa biaya terutama pada biaya bahan baku dan biaya bahan penolong. Dampaknya perusahaan dapat meraih target laba yang ditetapkan dari 10,25% meningkat menjadi 12,03%. Demikian pula penelitian yang dilakukan Nangoy et al., (2022) menghasilkan kesimpulan bahwa selama ini perusahaan memperoleh nilai sebesar Rp. 7.763,6 sebagai harga pokok produksi per unit. Sedangkan penggunaan pendekatan *target costing* terbukti mampu menurunkan harga pokok produksi menjadi Rp. 7.483,4. Demikian pula dalam hal perolehan laba, dari prediksi laba yang sebelumnya telah ditetapkan oleh pemilik pada titik Rp. 6.864.000,00 per bulan, penggunaan *target costing* terbukti mampu meningkatkan laba menjadi Rp. 7.314.528,00 per bulan.

Riset terkait dengan variabel costing yang dilakukan oleh Kahrir (2016) menunjukkan dimana rekayasa nilai (*value engineering*) pada penerapan *target costing* terbukti mampu mengurangi biaya produksi, dari total Rp. 516.244.150,00 menjadi Rp. 176.037.500,00. Demikian pula dengan tingkat laba yang diperoleh, dari yang semula pada titik Rp. 9.488.868,00 menjadi Rp. 16.266.314,00. Penelitian Octaviani & Setyaningsih (2022) terkait dengan *target costing* menunjukkan hasil dimana perusahaan dapat melakukan penghematan biaya produksi sebesar 8% dibandingkan dengan pendekatan tradisional yang sebelumnya digunakan. Pada sisi keuntungan laba mengalami peningkatan sebesar 6% dari sebelumnya 25% menjadi 31%.

UMKM Iqbal Collection merupakan bisnis yang berada pada sektor garment dengan menghasilkan produk utama berupa seragam dan baju muslim. Selama ini perusahaan menentukan harga pokok produk melalui pendekatan *full costing* dengan menjumlahkan seluruh biaya produksi baik berupa bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Namun, tingkat perolehan laba yang diperoleh selama ini tidak dapat mengakomodir harapan laba pemilik. Terlebih lagi persaingan bisnis garment di Kabupaten Kudus menuntut perusahaan menghasilkan harga jual produk yang kompetitif. Pembebanan biaya yang kurang relevan akan berpengaruh pada harga pokok produksi, sebagai dasar penetapan harga jual. Berdasarkan fenomena yang terjadi serta *riset gap* yang terjadi pada penelitian sebelumnya maka fokus penelitian ini adalah implementasi target costing guna optimalisasi laba pada Iqbal Collection Kudus.

B. Metode Penelitian

Riset ini adalah jenis riset kuantitatif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Penelitian dilakukan pada Iqbal Collection Kudus pada Tahun 2022. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh peneliti dari sumber langsung ke lapangan. Teknik pengambilan data primer menggunakan wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan melalui wawancara tidak terstruktur melalui *in depth interview*. Wawancara dilakukan terhadap pemilik sekaligus manager perusahaan dan karyawan perusahaan. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi. Uji keabsahan data digunakan triangulasi sumber dan waktu. Analisis data dilakukan melalui tahapan: (1). Analisis terhadap biaya produksi yang terjadi, (2). Menerapkan pengendalian biaya melalui target costing (3). Penarikan kesimpulan sebagai bahan pengambilan keputusan

C. Hasil dan Pembahasan

1. Perhitungan Biaya Produksi

Salah satu faktor yang menjadi tolak ukur keberlangsungan sebuah bisnis adalah *margin* laba yang dihasilkan. Semakin tinggi *margin* laba dapat mempercepat tingkat *return on investment*. Selain itu perolehan laba memberikan *signal* bahwa bisnis layak untuk dikembangkan. Pemiliki bisnis pada umumnya memiliki target keuntungan yang ditentukan dengan pertimbangan faktor internal maupun faktor eksternal. Diantara pertimbangan tersebut antara lain jenis produk, risiko bisnis, sumber permodalan, biaya produksi, kompetitor, bahkan kondisi ekonomi makro. Berikut ini merupakan data yang menunjukkan data penjualan sekaligus tingkat keuntungan yang dialami oleh perusahaan selama kurun waktu enam tahun terakhir.

Tabel 2. Total Penjualan dan Laba yang Dihasilkan

No	Tahun	Penjualan (Rp)	Margin Laba	
			Rp	%
1.	2016	450.000.000	67.500.000	15
2.	2017	460.000.000	64.400.000	14
3.	2018	500.000.000	65.000.000	13
4.	2019	510.000.000	61.200.000	12
5.	2020	600.000.000	31.000.000	10
6.	2021	670.000.000	35.140.000	10

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa penjualan kecenderungan mengalami peningkatan pada tiap periodenya. Namun, tingkat laba yang diperoleh belum sebanding dengan tingkat penjualan yang terjadi. Peningkatan penjualan yang tidak diikuti dengan peningkatan laba yang dihasilkan, mengindikasikan terjadinya permasalahan internal di dalam perusahaan terkait dengan biaya pokok produksi. Analisis terkait biaya pokok produksi dapat diurai mulai dari tingkat kapasitas produksi yang dihasilkan. Berikut adalah data kapasitas produksi Iqbal Collection adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Kapasitas Total Produksi

Produk	Kuantitas	Persentase
Seragam	700	58%
Baju Muslim	500	42%
Total	1.200	100%

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

Biaya produksi menunjukkan semua biaya yang dikorbankan guna membuat sebuah produk. Biaya tersebut meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku atau *direct material* merupakan pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan untuk membeli dan mengolah bahan baku hingga menjadi barang jadi. Biaya bahan baku yang dibebankan atas produk meliputi sebagai berikut:

Tabel 4. Total Biaya Bahan Baku

Bahan Baku	Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
Seragam Sekolah		
Kain Oxford	15 roll x Rp. 1.300.000	19.500.000
Logo Bet Bordir	1000 pcs x Rp. 500	500.000
Kancing 2 lubang	Rp. 45.000 x 3 pack	135.000
Baju Muslim		
Kain Sigaret	10 roll x Rp. 1.620.000	16.200.000
Kancing 2L	2 pack x Rp. 45.000	90.000
Benang Jahit		
Benang obras	20 pcs x Rp. 18.000	360.000
Benang polyster	30 x Rp. 37.000	1.110.000
Plastik <i>packing</i>	1.500 pcs	90.000

Bahan Baku	Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
Total		37.985.000

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

Komponen kedua dalam produksi adalah tenaga kerja langsung. Biaya tenaga kerja langsung merupakan seluruh biaya terkait dengan pemanfaatan SDM pada proses produksi secara langsung. Biaya tenaga kerja yang dibebankan ke produk adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Total Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Keterangan	Gaji /hari	Hari Kerja	Karyawan	Jumlah
1	Penjahit	40.000	26	6	Rp. 6.240.000
2	Pemotong Kain	200.000	2	1	Rp. 400.000
3	Obras	40.000	26	1	Rp. 1.040.000
4	Pasang Kancing	35.000	26	2	Rp. 1.820.000
5	<i>Packing</i>	35.000	26	2	Rp. 1.820.000
Jumlah					Rp. 11.320.000

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

Biaya *overhead* merupakan komponen biaya produksi diluar biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik yang dibebankan pada produk sebagaimana tabel berikut:

Tabel 6. Daftar Biaya Overhead

No	Keterangan	Biaya/Bln
1	Listrik	600.000
2	Makan siang karyawan	3.000.000
Jumlah		3.600.000

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

Berdasarkan perhitungan ketiga jenis biaya produksi di atas, maka perhitungan total biaya produksi disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 7. Total Biaya Produksi

Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
BBB	37.985.000
BTKL	11.320.000
BOP	3.600.000
Total biaya	52.582.000

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

Jumlah total biaya produksi Iqbal Collection adalah sebesar Rp52.582.000 yang merupakan total biaya untuk memproduksi seragam sekolah sebanyak 700 pcs serta baju muslim sebanyak 500 pcs yang merupakan kapasitas produksi normal per bulan. Biaya bahan baku yang diperlukan guna menghasilkan baju muslim sebesar Rp. 16.945.200 yang merupakan penjumlahan dari biaya bahan baku kain, kancing serta 42% dari total biaya benang dan plastik *packaging*. Produksi baju muslim menggunakan 42% dari total biaya tenaga kerja langsung yakni senilai Rp. 4.754.400. Demikian halnya dengan biaya *overhead* baju muslim yang juga menggunakan 42% dari total biaya *overhead* yaitu sebesar Rp. 1.512.000. Sehingga berdasarkan perhitungan di atas diperoleh biaya per unit baju muslim sebesar Rp. 46.423.

2. Analisis Target Costing

Permasalahan turunnya tingkat laba yang diperoleh sedangkan tingkat penjualan mengalami peningkatan merupakan sebuah indikasi terjadinya permasalahan dalam biaya produksi perusahaan. Perhitungan biaya produksi dengan pendekatan tradisional *costing* ternyata tidak mampu mencapai laba yang diharapkan oleh manajemen. Alternatif solusi penyelesaian masalah tersebut adalah penggunaan *target costing* dalam pembebanan biaya produksi. Target costing merupakan salah satu alternatif bagi UMKM di Indonesia dalam meningkatkan laba di tengah persaingan yang kompetitif (Mahsunah & Hariyati, 2021). Langkah penerapan *target costing* meliputi sebagai berikut:

a. Allowable Cost

Langkah pertama dalam penerapan *target costing* adalah menentukan *allowable cost*. *Allowable cost* merupakan jumlah biaya yang diperbolehkan perusahaan yang diperoleh dari selisih antara harga jual terhadap keuntungan yang diharapkan. Berikut adalah tahapan penentuan *allowable cost*:

Target Selling Price

Merupakan harga jual atas suatu produk yang dapat diterima oleh pelanggan. Harga tersebut terbentuk atas dasar analisis pasar dengan memperhatikan aspek kompetitor. Target *selling price* pada Iqbal Collection adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Daftar Harga Jual Produk

No	Keterangan	Harga Jual
1	Seragam	45.000
2	Baju muslim	48.000

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

Target Profit Margin

Merupakan laba yang dikehendaki oleh perusahaan dengan memperhatikan aspek tingkat pengembalian atas modal serta kondisi ekonomi. Target laba menunjukkan selisih lebih antara harga penjualan dengan biaya produksi. Target laba sebesar 10% ditentukan perusahaan dengan pertimbangan sumber permodalan berasal dari modal sendiri. Serta risiko bisnis. Adapun perhitungan *target profit margin* perusahaan:

Tabel 9. Perhitungan Target Profit Margin

Keterangan	Perhitungan (Target Laba x biaya produksi per unit)	Target Profit Margin
Seragam sekolah	10% x Rp. 45.000	Rp. 4.500
Baju muslim	10% x Rp. 48.000	Rp. 4.800

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

Mengacu pada target laba yang ditetapkan oleh perusahaan, *target profit margin* pada produk seragam dan baju muslim adalah sebesar Rp. 4.500 dan Rp. 4.800.

Perhitungan Allowable Cost

Merupakan jumlah biaya yang diperbolehkan perusahaan, yang mana didapatkan melalui selisih dari *target selling price* terhadap *target profit margin*. Berikut adalah perhitungan *allowable cost*:

Tabel 10. Perhitungan Allowable Cost

Keterangan	Target Selling Price	Target Profit Margin	Allowable Cost
Seragam sekolah	Rp. 45.000	Rp. 4.500	Rp. 40.500
Baju muslim	Rp. 48.000	Rp. 4.800	Rp. 43.200

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

b. Drifting Cost

Langkah kedua dalam penerapan *target costing* adalah menentukan *drifting cost*. *Drifting cost* merupakan seluruh total biaya dimungkinkan akan terjadi selama pembuatan produk. Perhitungan *drifting cost* menggunakan perhitungan *full costing* sebagaimana telah dihitung peneliti di awal.

Tabel 11. Harga Pokok Produksi Full Costing

No.	Keterangan	Seragam Sekolah	Baju Muslim
1.	BBB	Rp. 21.039.800	Rp. 16.945.200
2.	BTKL	Rp. 6.565.600	Rp. 4.754.400
3.	BOP	Rp. 2.088.000	Rp. 1.512.000
Total		Rp. 29.693.400	Rp. 23.211.600
Biaya per unit seragam		Rp. 42.419	Rp. 46.423

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

Berdasarkan perhitungan tersebut menunjukkan bahwa *drifting cost* untuk produk seragam sekolah adalah sebesar Rp. 29.693.400 untuk 700 pcs sehingga biaya per unitnya adalah Rp. 42.419. Sedangkan pada baju muslim *drifting cost* mencapai Rp. 23.211.600 untuk 500 pcs sehingga per unitnya adalah Rp 46.423.

c. Value Engineering

Langkah ketiga dalam *target costing* adalah melakukan *value engineering*. *Value engineering* merupakan mekanisme yang dibutuhkan guna menganalisis apakah komponen-komponen dalam sebuah produk dapat diminimalkan biayanya tanpa harus mengurangi fungsi serta kualitas dari produk. Berdasarkan perhitungan *allowable cost* serta *drifting cost* sebelumnya menunjukkan terdapat ketidaksesuaian antara biaya produksi dengan biaya yang diperkenankan. Hal ini artinya *drifting cost* > *allowable cost* yang mengakibatkan target laba tidak terpenuhi. Dengan demikian diperlukan upaya *value engineering* untuk menganalisa apakah terdapat komponen biaya yang bisa dikurangi guna mengoptimalkan laba.

Value engineering dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat beberapa bahan baku dan bahan pelengkap yang memiliki substitusi misalnya pada bahan baku kain, jika terdapat *raw materials* yang bisa digantikan namun dengan kualitas yang sama, maka bahan baku tersebut akan diganti yang harganya lebih murah, dengan demikian biaya produksi bisa diminimalisir.

Tabel 12.

Perbandingan Biaya Produksi Sebelum dan Sesudah Value Engineering

Bahan Baku	Sebelum VE		Sesudah VE	
	Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
Seragam Sekolah				

Kain Oxford	15 roll x Rp. 1.300.000	19.500.000	15 roll x Rp. 1.200.000	18.000.000
Logo Bet Bordir	1000 pcs x Rp. 500	500.000	1000 pcs x Rp. 500	500.000
Kancing 2 lubang	Rp. 45.000 x 3 pack	135.000	Rp. 45.000 x 3 pack	135.000
Baju Muslim				
Kain Sigaret	10 roll x Rp. 1.620.000	16.200.000	10 roll x Rp. 1.470.000	14.700.000
Kancing 2L	2 pack x Rp. 45.000	90.000	2 pack x Rp. 45.000	90.000
Benang Jahit				
Benang obras	20 pcs x Rp. 18.000	360.000	20 pcs x Rp. 18.000	360.000
Benang polyster	30 x Rp. 37.000	1.110.000	30 x Rp. 37.000	1.110.000
Plastik packing		90.000		90.000
Biaya tenaga kerja langsung		11.320.000		11.320.000
Biaya <i>overhead</i>		3.600.000		3.600.000
Total		52.905.000		49.905.000

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

Mengacu pada data tersebut menunjukkan terjadi penurunan biaya produksi setelah *value engineering*. Sebelum dilakukan *value engineering* sebesar Rp. 52.905.000 mengalami penurunan menjadi Rp. 49.905.000 setelah dilakukan *value engineering*. Yang artinya terdapat penurunan sebesar Rp. 3.000.000. Berikut merupakan perbandingan *full costing* dengan *target costing* untuk mengetahui perubahan laba yang terjadi.

Tabel 13. Perbandingan Full Costing dengan Target Costing

Keterangan	Full Costing (Rp)	Target Costing (Rp)	Selisih (Rp)
Penjualan		Rp. 55.500.000	-
Total biaya produksi	Rp. 52.905.000	Rp. 49.905.000	Rp. 3.000.000
Laba	Rp. 2.595.000	Rp. 5.595.000	Rp. 3.000.000
Persentase Laba	4,67%	10,08%	5,41%

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti Tahun 2022.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa penggunaan pendekatan *full costing* yang selama ini dilakukan oleh perusahaan hanya mampu menghasilkan laba sebesar 4,67%. Dalam rangka

mengatasi permasalahan tersebut perusahaan melakukan perubahan pendekatan pembebanan biaya dengan berdasarkan *target costing*. Penerapan *target costing* dilakukan melalui analisis *value engineering* pada biaya produksi. Dalam *value engineering* perusahaan dapat melakukan *cost reduction* baik pada komponen biaya produksi maupun biaya non produksi (Haidar Azmi, 2021). *Cost reduction* akan berdampak pada penurunan biaya tanpa mengurangi tingkat kualitas produk yang dihasilkan. Pada penelitian ini *value engineering* dilakukan pada biaya produksi di aspek bahan baku yang digunakan. Hasilnya menunjukkan terjadi *cost reduction* sebesar 5,41% pada sisi biaya bahan baku. Artinya *target costing* dapat membawa perusahaan pada tujuannya dengan cara penekanan biaya produksi serta kemudian berdampak pada peningkatan laba usaha.

D. Kesimpulan

Target costing menjadi salah satu pendekatan yang terbukti mampu menekan biaya produksi. Berdasarkan hasil analisis penggunaan *target costing* dapat menghemat biaya produksi sebesar 5,67%. Dengan demikian penggunaan *target costing* mampu meningkatkan laba sebesar 10,08% lebih besar dibandingkan dengan pendekatan *full costing* yang hanya menghasilkan 4,67%. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala penggunaan *target costing* adalah melakukan rekayasa biaya yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi biaya produksi. Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu alternatif manajemen biaya di dalam perusahaan sehingga mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam penentuan harga jual. Pada penelitian berikutnya disarankan dapat memperpanjang periode pengamatan sehingga data yang diolah dapat lebih relevan. Selain itu dapat pula dilakukan dengan membandingkan antara dua atau lebih karakter bisnis agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Afifah, T. H., Terapan, F. I., Telkom, U., Fahrudin, T., Terapan, F. I., Telkom, U., Wisna, N., Terapan, F. I., Telkom, U., Utami, P., Belakang, A. L., & Pengerjaan, B. M. (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).
- ASEAN, & UNCTAD. (2022). *ASEAN Investment Report 2022. October*.
- Ayu, D. S., Suhendro, S., & Wijayanti, A. (2022). Analisis Penerapan Target Costing dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Singleface pada PT. Hilal Gemilang Khair. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10 (1).
- Dinda, B. M. A., Yulinartati, Y., & Maharani, A. (2021). Analisis Penerapan Target Costing dalam Upaya Pengendalian Biaya Produksi pada CV Multi Bangunan. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5 (2).
- Haidar Azmi, D. H. (2021). Efisiensi Biaya Produksi Menggunakan Metode Target Costing Dalam Upaya Optimalisasi Laba. *Journal of Accounting, Finance, and Auditing*, 3 (2).
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Foster, G. (2008). *Suatu Penekanan Manajerial*. Gramedia.
- Indriani, Cynthia; Taufiq, Ahmad Burhanudin; Rahmi, A. (2019). Analisis Penerapan Target Costing dalam Perencanaan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba pada UKM Hidup Baru Steel Tahun 2017. *JOM*, 34 (10).
- Juwita, R., & Satria, M. R. (2017). Penerapan Target Costing dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Produk. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 1 (2).
- Kahrir, A. T. (2016). *Implementasi Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Produk*. UIN Alauddin: Makassar.
- Krismiaji, & Y, A. A. (2011). *Akuntansi Manajemen* (2nd ed.). YKPN.
- Mahsunah, A., & Hariyati, H. (2021). Peran Penerapan Target Costing Dalam Peningkatan Laba UMKM. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 9 (3).
- Malue, J. (2013). Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada PT Celebes MinaPratama. *Jurnal EMBA*, 1 (1).
- Mulyadi. (2017). *Akuntansi Manajemen (Konsep, Manfaat, dan Rekayasa)*. PT. Salemba Emban Patri.

- Nangoy, Y. T., Tirayoh, V. Z., & Mintalangi, S. S. . (2022). Penerapan Target Costing Sebagai Upaya Peningkatan Laba Pada Umkm Sumaru Endo Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10 (3).
- Octaviani, N. M. L., & Setyaningsih, N. D. (2022). Analisis Implementasi Target Costing Sebagai Optimalisasi Laba Pada Batara Batik Banyuwangi. *Jurnal EMA*, 7 (1).
- Potkány, M., Novák, P., Kováč, R., & Hitka, M. (2017). Innovation of a Technological Product with Utilizing the Target Costing Methodology. *International Review of Management and Marketing*, 7 (2).

