

**ANALISIS *TARGET COSTING* DALAM UPAYA PENINGKATAN LABA
PERUSAHAAN
(Studi Pada Shafira Cake and Bakery)**

SKRIPSI



Oleh

RIZQI WARDANI

NIM: 15520011

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2019

**ANALISIS *TARGET COSTING* DALAM UPAYA PENINGKATAN LABA
PERUSAHAAN
(Studi Pada Shafira Cake and Bakery)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Akuntansi (S.Akun)



Oleh

RIZQI WARDANI

NIM: 15520011

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2019

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS TARGET COSTING DALAM UPAYA PENINGKATAN LABA
PERUSAHAAN
(Studi Pada Shafira Cake Amd Balery)

SKRIPSI

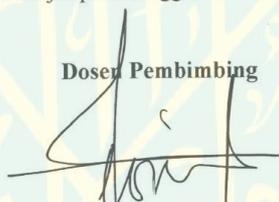
Oleh

RIZQI WARDANI

NIM: 15520011

Telah disetujui pada tanggal 18 Desember 2019

Dosen Pembimbing



Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA

NIP : 197707702 200604 2 001

Ketua Jurusan



Dr. Hj. Nanik Wakturi, SE., M.Si., Ak., CA

NIP : 19720322 200801 2 005

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS *TARGET COSTING* DALAM UPAYA PENINGKATAN LABA
PERUSAHAAN
(Studi Pada Shafira Cake and Bakery)

SKRIPSI
Oleh
RIZQI WARDANI
NIM: 15520011

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan guna
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Pada 18 Desember 2019

Susunan Dosen Penguji

1. Ketua
Ditva Permata Sari, MSA., Ak.
NIDT. 19870920 20180201 2 183
2. Pembimbing
Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA
NIP. 197707702 200604 2 001
3. Penguji Utama
Ahmad Muis, S.Ag., M.S.I
NIDT. 19711110 20160801 1 043

Tanda Tangan

()
:
()
:
()
:)

Mengetahui :

Ketua Jurusan,


Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP: 19720322 200801 2 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizqi Wardani
NIM : 15520011
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Akuntansi

Menyatakan bahwa “**SKRIPSI**” yang saya buat untuk memenuhi kelulusan pada Jurusan Akuntansi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

ANALISIS *TARGET COSTING* DALAM UPAYA PENINGKATAN LABA PERUSAHAAN (Studi Pada Shafira Cake and Bakery)

Adalah hasil karya saya sendiri bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing maupun pihak fakultas ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapaun.

Malang, 12 Desember 2019

Hormat saya,



Rizqi Wardani
NIM: 15520011

NIM: 15520011

PERSEMBAHAN

Saya sangat bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, kesabaran, dan kekuatan kepada saya dalam setiap langkah agar menyelesaikan Skripsi ini. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita untuk menjadi hamba Allah yang selalu berusaha dan tidak putus asa. Buku Skripsi yang berjudul “Analisis *Target Costing* Dalam Upaya Peningkatan Laba Perusahaan (Study Pada Shafira Cake And Bakery)”

ini saya persembahkan untuk:

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, selaku Institusi tempat saya menimba ilmu.

Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, selaku tempat saya belajar ilmu akuntansi.

Bapak Wardoyo dan Ibu Mutmainah Sebagai orang tua saya yang selalu mendo'akan dan senantiasa memberikan support terus berjuang kepada saya. Seluruh Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya untuk terus melangkah maju dan pantang menyerah

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan lindungan dan menjaga mereka dalam naunganNya amin.

MOTTO

**“YET A PART OF YOU STILL BELIEVES YOU CAN FIGHT
AND SURVIVE NO MATTER WHAT YOUR MINDS KNOW,
IT’S NOT SO STRANGE. WHERE THERE’S STILL LIFE,
THERE’S STILL HOPE. WHAT HAPPENS IS UP TO GOD”
(LOUIS ZAMPERINI)**

**“SALAH SATU BENTUK PENGKEDILAN TERKEJAM
DALAM HIDUP ADALAH MEMBIARKAN PIKIRAN YANG
CEMERLANG MENJADI BUDAK BAGI TUBUH YANG
MALAS”
(BUYA HAMKA)**

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala limpahan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Rancangan Implementasi Pedoman Akuntansi Pesantren Pada Pondok Pesantren Ummul Quro Probolinggo” Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan bantuan bimbingan, dukungan dan doa dari berbagai pihak yang telah diberikan kepada penulis oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Kedua Orang tua saya, Bapak Wardoyo. dan Ibu Mutmainah, yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat, motivasi, serta dukungan yang tak pernah putus.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag., selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Hj. Meldona, S.E., M.M., Ak., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang ikhlas meluangkan waktunya dan selalu memberi bimbingan terbaik untuk penulis.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang selama ini telah memberikan banyak ilmu semoga Allah memberikan pahalanya yang sepadan kepada beliau.

7. Staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang atas partisipasinya dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh komponen karyawan Shafira Cake and Bakery yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi.
9. Ibu Shafira Aura Hafidz sebagai selaku kepala cabang Shafira Cake and Bakery
10. Adik kandung saya, Ridho Ahmad Azriel yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
11. Sahabat sekaligus saudara saya, Iman,Rexzy,Co, dan seluruh TSL E-sport Dkk yang selalu ada, menghibur ketika sedih, kangen kalau tidak bertemu, ketawa kalau ketemu.
12. Sahabatku Tibo, Rosihan, Zaha, Fikri, Bagas, Teris, Afiq, Zainur, Deril yang sudah meluangkan waktunya membantu dan mendukung dalam penyelesaian tugas akhir dan terimakasih sudah mengajarkan saya bahwa untuk selalu menolong teman disaat kesusahan walaupun kita sendiri diposisi butuh bantuan.
13. Teman-teman Jurusan Akuntansi angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Semoga Apa yang telah saya peroleh selama kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang bisa bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya bagi saya pribadi, disini penulis sebagai manusia biasa yang tak pernah luput dari salah dan dosa menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 12 Desember 2019

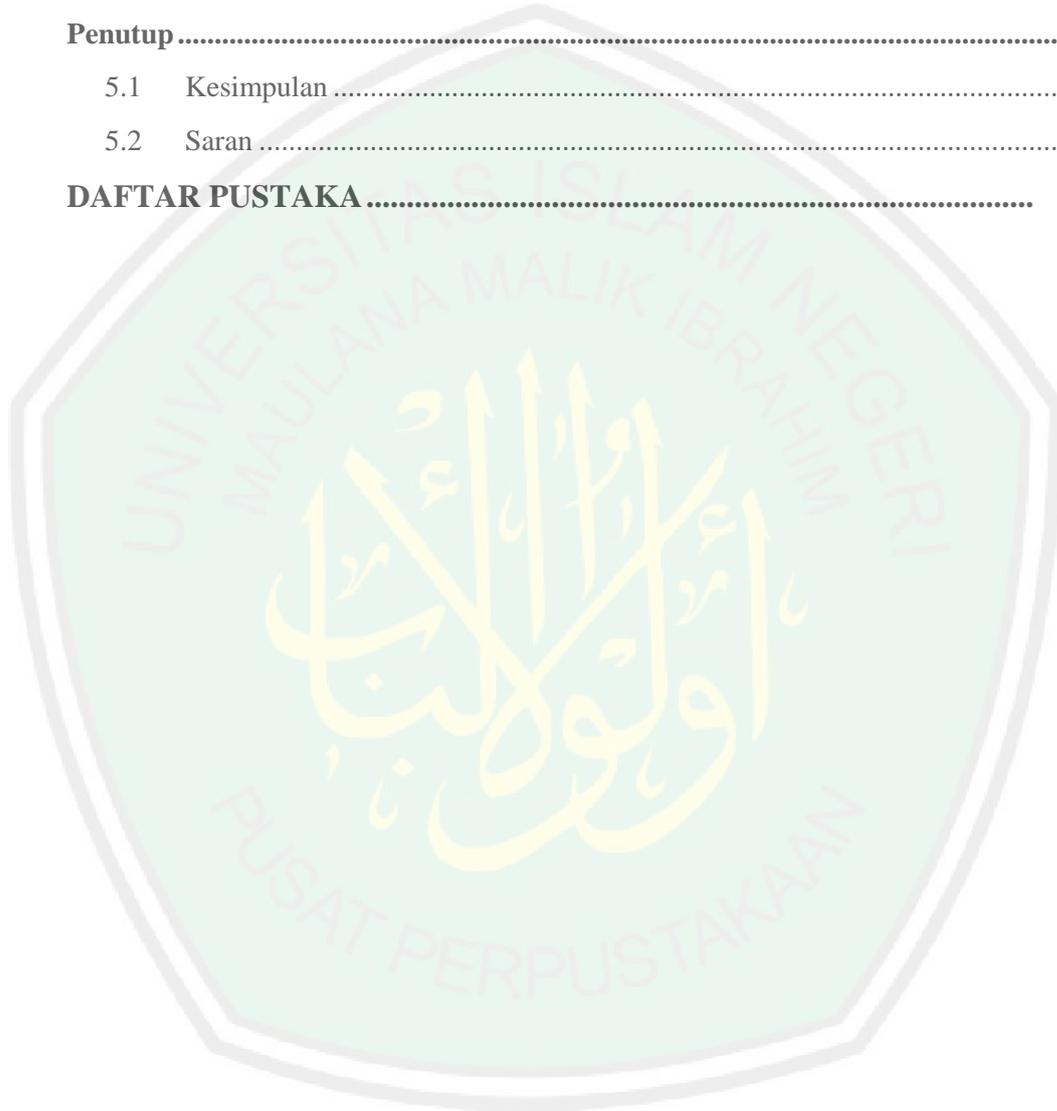
Peneliti

Daftar Isi

| | |
|----------------------------------|-------|
| HALAMAN SAMPUL COVER DEPAN | |
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| ABSTRAK..... | xvi |
| ABSTRACT | xvii |
| المخلص | xviii |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| BAB I | |
| PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar belakang..... | 6 |
| 1.2. Rumusan masalah | 6 |
| 1.3. Tujuan penelitian | 6 |
| 1.4. Manfaat penelitian | 7 |
| BAB II | |
| KAJIAN PUSTAKA | |
| 2.1. Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.2. Kajian Teori | 12 |
| 2.2.1. Pengertian Biaya..... | 11 |
| 2.2.2. Klasifikasi Biaya..... | 12 |
| 2.2.3. Penetapan Harga Jual..... | 12 |
| 2.2.4. <i>Target Costing</i> | 22 |
| 2.3. Kerangka berpikir | 32 |
| BAB III | |
| METODOLOGI PENELITIAN | |
| 3.1. Jenis pendekatan penelitian..... | 34 |
| 3.3. Subjek penelitian..... | 34 |
| 3.4. Sumber dan jenis data | 34 |
| 3.5. Teknik pengumpulan data..... | 35 |
| 3.6. Teknik analisis data..... | 35 |
| BAB IV | |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1. Gamban umum perusahaan..... | 39 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan | 39 |
| 4.1.2 Produk Shafira <i>Cake And Bakery</i> | 39 |
| 4.1.3 Pemasaran Produk roti Shafira <i>Cake and Bakery</i> | 41 |
| 4.1.4 Biaya-Biaya Yang Dikeluarkan Perusahaan..... | 42 |
| 4.1.5 Proses Produksi Roti Di Shafira <i>Cake And Bakery</i> | 47 |
| 4.2. Pembahasan Hasil Penelitian | 51 |
| 4.2.1 Rincian biaya produksi roti di Shafira <i>Cake and Bakery</i> | 51 |

| | | |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.2 | Perhitungan Biaya Produksi Roti Loaf Shafira Cake And Bakery Menurut Perusahaan | 57 |
| 4.2.3 | Penerapan Metode <i>Target Costing</i> | 60 |
| 4.3. | Implikasi Penelitian | 80 |
| Bab V | | |
| Penutup | | |
| 5.1 | Kesimpulan | 82 |
| 5.2 | Saran | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |



Daftar Tabel

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| TABEL 4.1 DAFTAR HARGA PRODUK SHAFIRA CAKE AND BAKERY | 40 |
| TABEL 4.2 DAFTAR BAHAN BAKU PEMBATAN ROTI LOAF | 43 |
| TABEL 4.5 DAFTAR BIAYA KEMASAN PRODUK ROTI LOAF | 47 |
| TABEL 4.6 DAFTAR BIAYA BAHAN BAKU ROTI LOAF PER HARI..... | 52 |
| TABEL 4.7 DAFTAR BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG OUTLITE SHAFIRA CAKE AND BAKERY..... | 54 |
| TABEL 4.8 DAFTAR BIAYA TENAGA KERJA TIDAK LANGSUNG..... | 56 |
| TABEL 4.9 DAFTAR BIAYA KEMASAN | 57 |
| TABEL 4.10 DAFTAR BIAYA OVERHEAD PABRIK PER HARI..... | 58 |
| TABEL 4.12 BIAYA PRODUKSI ROTI LOAF SHAFIRA CAKE AND BAKERY DENGAN MENGGUNAKAN TEORI YANG BERLAKU SECARA UMUM..... | 59 |
| TABEL 4.13 LAPORAN LABA RUGI SEBELUM <i>TARGET COSTING</i> | 60 |
| TABEL 4.14 HARGA PRODUK ROTI LOAF KOMPETITOR | 63 |
| TABEL 4.15 SEBELUM REKAYASA NILAI PEMBELIAN TELUR..... | 67 |
| TABEL 4.16 SETELAH REKAYASA NILAI PEMEBLIAN TELUR..... | 68 |
| TABEL 4.17 REKAYASA NILAI PEMBELIAN TEPUNG TERIGU | 69 |
| TABEL 4.18 REKAYASA NILAI PEMEBELIAN GULA | 70 |
| TABEL 4.19 DAFTAR BIAYA BAHAN BAKU LANGSUNG SETELAH DILAKUKAN REKAYASA NILAI..... | 72 |
| TABEL 4.20 BIAYA GAJI TENAGA KERJA LANGSUNG OUTLITE SHAFIRA CAKE AND BAKERY DALAM SEHARI SETELAH DILAKUKAN REKAYASA NILAI..... | 74 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| TABEL 4.21 BIAYA KEMASAN SETELAH DILAKUKAN REKYASA NILAI..... | 75 |
| TABEL 4.22 BIAYA <i>OVERHEAD</i> PABRIK SETELAH <i>VALUE ENGINEERING</i> | 76 |
| TABEL 4.23 BIAYA PRODUKSI ROTI LOAF OUTLITE SHAFIRA CAKE AND BAKERY | 77 |
| TABEL 4.24 SELISIH BIAYA PRODUKSI MENGGUNAKAN METODE TRADISONAL DAN METODE <i>TARGET COSTING</i> | 79 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--------------------------------------------|----|
| Gambar 2.3 Kerangka Berfikir | 32 |
| Gambar 4.1.proses produksi roti loaf | 50 |



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara

Lampiran 2 Bukti Penelitian

Lampiran 3 Bukti Konsultasi

Lampiran 4 Biodata Penulis

Lampiran 5 Bukti Plagiasi

Lampiran 6 Surat Balasan Perusahaan



ABSTRAK

Wardani, Rizqi. 2019, SKRIPSI, Judul: “Analisis Target Costing Dalam Upaya Peningkatan Laba Perusahaan (Study Pada Shafira Cake And Bakery) “

Pembimbing : Hj Meldona.,SE., MM., AK., CA

Kata Kunci : *Target costing, value engineering, target laba*

Target costing adalah strategi pengelolaan biaya perencanaan untuk mengurangi biaya. Metode ini dilakukan dengan cara melakukan *value engineering* atau penghapusan biaya yang kurang efisien. Penelitian ini bertujuan untuk pengelolaan biaya dan peningkatan laba yang ditargetkan perusahaan, sehingga dapat membantu perusahaan dalam perencanaan untuk meningkatkan laba.

Jenis penelitian adalah kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Objek penelitian adalah Shafira *Cake and Bakery*. Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan cara menganalisis proses produksi, menganalisis harga produk dengan pesaing dan mengimplementasi metode *target costing*.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa usaha Shafira *Cake and Bakery* dapat meningkatkan laba dengan menerapkan metode *target costing*. Penerapan *target costing* dilakukan dengan melalui proses rekayasa nilai (*value engineering*) yang terdiri dari tahapan pembelian telur di satu supplier dan membeli di supplier lain, pembelian kuantitas tepung dan gula yang lebih murah, mengurangi biaya kemasan dan biaya gaji tenaga kerja langsung. Melalui proses tersebut, perusahaan penghematan biaya sebesar Rp.3.359.000 yang sebelumnya sebesar Rp.3.527.500 untuk produksi roti loaf dan lainnya setiap hari. Dengan penghematan tersebut, perusahaan mampu untuk mencapai laba penjualan yang diinginkan sebesar 31%, dari sebelumnya yang hanya mampu mendapatkan laba penjualan sebesar 29%.

ABSTRACT

Wardani, Rizqi. 2019, ESSAY, Title: “Analysis of Target Costing in Efforts to Increase Company Profit (Study on Shafira Cake And Bakery) “

Supervisor : Hj Meldona.,SE., MM., AK., CA

Keywords : *Target costing, value enggenering, profit target*

Target costing is a planning cost management strategy to reduce costs. This method is done by doing value enggenering or eliminating inefficient costs. This study aims to manage costs and increase profits targeted by the company, so that it can help companies in planning to increase profits.

This type of research is qualitative using descriptive analysis. The object of research is Shafira Cake and Bakery. The data analysis technique used is to analyze the production process, analyze product prices with competitors and implement the target costing method.

The results of the study show that Shafira Cake and Bakery business can increase profits by applying the target costing method. The application of target costing is done through a value engineering process, namely by reducing egg purchases at one supplier and buying at another supplier, purchasing cheaper quantities of flour and sugar, reducing packaging costs and direct labor salary costs. Through this process, the company saved Rp.3,359,000 which previously amounted to Rp.3,527,500 for loaf bread production and others every day. With these savings, the company is able to achieve the desired sales profit of 31%, from previously only able to get a sales profit of 29%.

لمستخلص

ورداني ، رزقي. 2019 ، أطروحة، العنوان: "تحليل التكاليف المستهدفة في الجهود المبذولة لزيادة ربح (الشركة) دراسة عن كعكة الشافيرا والمخابز
المشرف : هج ميلدونا، سث، ة، شن، وش
الكلمات المفتاحية: التكلفة المستهدفة ، هندسة القيمة ، هدف الربح

الهدف من التكاليف هو استراتيجية لإدارة تكاليف التخطيط لتقليل التكاليف. تتم هذه الطريقة عن طريق تفعيل القيمة أو التخلص من التكاليف غير الفعالة. تهدف هذه الدراسة إلى إدارة التكاليف وزيادة الأرباح التي تستهدفها الشركة ، بحيث يمكنها مساعدة الشركات في التخطيط لزيادة الأرباح هذا النوع من البحث نوعي باستخدام التحليل الوصفي. الهدف من البحث هو شفيراً كيك اند بيكري. تتمثل تقنية تحليل البيانات المستخدمة في تحليل عملية الإنتاج وتحليل أسعار المنتجات مع المنافسين وتنفيذ طريقة تقدير التكاليف المستهدفة

تظهر نتائج الدراسة أن شفيراً كيك اند بيكري يمكن أن يزيد الأرباح من خلال تطبيق طريقة التكلفة المستهدفة. يتم تنفيذ التكلفة المستهدفة من خلال عملية هندسة القيمة التي تتكون من مراحل شراء البيض من أحد الموردين وشراء من مورد آخر ، وشراء كميات أقل من الدقيق والسكر ، وتخفيض تكاليف التعبئة والتغليف وتكاليف الرواتب المباشرة للعمال. من خلال هذه العملية ، وفرت الشركة 3535000 روبية والتي كانت تصل في السابق إلى 5527500 روبية لإنتاج رغيف الخبز وغيرها كل يوم. من خلال هذه المدخرات ، ستمكن الشركة من تحقيق أرباح المبيعات المطلوبة بنسبة 31% ، مما كانت عليه سابقاً فقط من أجل الحصول على ربح مبيعات بنسبة 29%.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Malang menjadi kota dengan destinasi kuliner yang menarik dan bervariasi, dengan tingkat penikmat kuliner yang banyak, dan beragamnya kuliner yang ada, menjadikan kota ini layak untuk disematkan sebagai kota kuliner (www.timesindonesia.co.id). Salah satu kuliner yang digandrungi banyak orang di kota Malang adalah *Cake and Bakery*, makanan ini memiliki rasa yang enak, bentuk yang bervariasi dan harga yang beragam menjadikan makanan ini memiliki peminat dari berbagai usia, selain untuk dikonsumsi sendiri, makanan ini juga banyak digunakan sebagai suguhan atau oleh-oleh di berbagai acara apapun, oleh karena itu konsumen perlu untuk memesan makanan ini dengan jumlah yang banyak, hal tersebut dapat dijadikan sebagai peluang bisnis yang sangat menjanjikan.

Usaha *Cake and Bakery* di wilayah Malang terhitung sudah sangat banyak, mulai usaha yang baru tubuh hingga usaha yang berkembang besar dan terkenal dengan ciri khas produk yang mereka buat, salah satu usaha yang terkenal dan memiliki banyak *outlite* adalah *Dea Cake and Bakery* yang memiliki 20 *outlite* yang tersebar di penjuru kota Malang, dan usaha *Kampoeng Roti* yang

memiliki 16 *outlite*, selain dengan banyaknya *outlite*, usaha-usaha ini memiliki keunggulan produk mereka sendiri-sendiri seperti *Dea Cake and Bakery* yang memiliki pelayanan prima *fresh from the oven* dengan kualitas *cake* dan roti yang selalu segar dan menggunakan bahan baku yang berkualitas, kemudian keunggulan dari *Kampoeng Roti* adalah bentuk *cake* yang beragam dan unik, ditambah bahan baku pembuatannya yang berkualitas, membuat cita rasa dari *cake* tersebut memiliki penikmat yang banyak. Dengan keunggulan produk yang mereka buat dan banyaknya *outlite* membuktikan bahwa, dua usaha tersebut kini memiliki banyak konsumen dan saling berkompetisi satu sama lain, tidak terkecuali dengan usaha-usaha *cake and bakery* lainnya di Malang untuk memberikan produk terbaik mereka, dan berusaha untuk mencari sebanyak banyaknya konsumen baru atau mempertahankan konsumen lamanya (www.maxmanroe.com).

Dengan semakin tingginya persaingan antar usaha yang sama dan meningkatnya angka permintaan konsumen akan produk *cake and bakery* ini, maka pihak perusahaan perlu melakukan sebuah perencanaan strategis yang baik agar usaha tersebut mampu bertahan dan tetap bersaing dengan kompetitornya. Salah satu perencanaan yang baik, dalam rangka mencapai tujuan untuk peningkatan laba dari unit usaha adalah dengan perencanaan dan penetapan harga jual suatu produk Rudianto (2013).

Perencanaan dan penetapan harga jual suatu produk bukanlah masalah mudah, beberapa faktor bagi unit usaha untuk menetapkan harga jual adalah dengan melihat harga pasar, menganalisa pasar, melihat kompetitor dan biaya produksi. Menurut Rudianto (2016) penentuan harga jual produk harus menjadi kebijakan yang dipertimbangkan dengan matang dan memiliki integrasi, karena kebijakan tersebut menentukan berhasil tidaknya perusahaan mencapai tujuan. Di lain sisi unit usaha mengalami beberapa permasalahan diantaranya meningkatnya harga bahan baku, pemilik usaha ingin meningkatkan laba unit usahanya dan konsumen ingin tetap mengharapkan harga barang yang terjangkau dengan kualitas yang baik. Untuk itu perusahaan dalam menentukan harga jual perlu untuk melihat harga pasarnya.

Hongerren dkk (2013) untuk menetapkan harga berbasis pasar maka perlu diawali dengan menentukan harga target, “harga target adalah estimasi harga suatu produk atau jasa yang mampu untuk konsumen bayar”, dasar dalam penetapan estimasi ini adalah pemahaman produsen tentang nilai yang dinikmati oleh konsumen atas produknya dan berapa banyak dari kompetitor menggunakan harga dari produk yang bersaing tersebut. Dari estimasi harga tersebut membuat harga target menjadi hal yang penting untuk perusahaan karena dengan estimasi tersebut maka perusahaan

dapat mengetahui harga yang mampu dibeli oleh konsumen dan juga tingkat ekonominya sesuai dengan harga pasar saat itu juga.

Agar harga target dapat sesuai dengan daya beli konsumen, maka pihak produsen perlu menetapkan suatu metode untuk penetapan harga jual. Beberapa metode yang dapat di terapkan oleh pihak produsen untuk menghitung harga jual diantaranya adalah penetapan harga berdasarkan biaya proses, penetapan harga berdasarkan biaya pemesanan, penetapan harga berdasarkan biaya aktivitas, penetapan harga berdasarkan siklus hidup dan terakhir penetapan harga berdasarkan *Target Costing*.

Dalam strategi untuk perencanaan atas pengelolaan biaya salah satu metodenya adalah menggunakan metode *Target Costing*. Dalam metode ini pihak manajemen akan melakukan rekayasa nilai (*value engineering*), yaitu teknik untuk merencanakan sebuah produk untuk melakukan identifikasi dan menghilangkan semua biaya yang tidak perlu tanpa mengurangi tingkat kualitas produk. Dengan melakukan rekayasa nilai, maka perusahaan menentukan biaya biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga yang kompetitif, baru kemudian membuat produk yang sesuai dengan biaya yang telah ditentukan Rudianto (2013).

Dalam banyak penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa, *Target Costing* dapat sebagai acuan bagi manajemen dalam menurunkan biaya produksi untuk menentukan harga pokok

produk, karena penentuan tersebut menjadi dasar penetapan harga jual yang diinginkan konsumen dan mampu dibayarkan, sehingga dapat mempengaruhi laba yang diinginkan perusahaan Witjaksono (2013). Dalam penelitian Nurul Ikhsan Amin dkk (2016) mengungkapkan bahwa, penggunaan metode *Target Costing* dengan merekayasa nilai (value engineering) pada Mandala Bakery memberikan dampak positif dengan meningkatnya laba yang awalnya Rp. 218.208.000, meningkat menjadi Rp. 271.736.000 hal tersebut memperjelas, bahwa *Target Costing* memberikan dampak yang signifikan terhadap meningkatnya laba perusahaan. Penelitian lainya mengungkapkan bahwa, penerapan dari metode *Target Costing* bisa dipergunakan untuk alternatif yang berguna untuk memaksimalkan laba yang telah ditargetkan oleh perusahaan dengan teknik menekan tingkat biaya produksi yang terjadi ketika proses produksi Supriyadi (2013).

Dalam penentuan *target costing* yang perlu menjadi dasar adalah dari harga pasar dan harga yang ditetapkan kompetitor untuk produk tersebut, sehingga metode *target costing* dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan laba karena dapat menghasilkan harga sesuai dari keadaan dan keinginan pasar, dan tidak merugikan perusahaan karena dasarnya adalah informasi pasar dan kompetitor yang telah ada. Tujuan dari perusahaan ketika menggunakan metode *target costing* adalah

berguna dalam penentuan harga pokok produk yang konsumen atau (target) inginkan sebagai dasar penentuan harga jual produk dalam upaya peningkatan laba perusahaan. Krismiaji (2011). Hal tersebut sangat berguna bagi perusahaan untuk diterapkan agar biaya dapat dikelola dengan baik oleh perusahaan, dan perlunya bagi pihak perusahaan untuk membentuk tim manajemen dalam merancang produk yang tidak lebih dari jumlah biaya yang telah ditargetkan perusahaan. Sehingga untuk itu pihak perusahaan khususnya perusahaan *Cake and Bakery* dapat mengatasi permasalahan naik turunnya bahan baku tanpa merugikan perusahaan dan konsumen.

Shafira *Cake and Bakery* merupakan unit usaha yang bergerak dalam pembuatan *Cake and Bakery* yang beralamat di jalan Kauman nomor 40 kavling 7 Kota Malang, industri ini dikelola oleh ibu Shafira sejak 2001, dan memiliki 5 cabang yang tersebar di Malang. Setelah berdiri selama hampir 10 tahun usaha ini memiliki banyak masalah sehingga 2 dari 5 outlet yang telah berdiri sekarang telah dinyatakan pailit, banyak permasalahan internal dan eksternal yang dihadapi oleh perusahaan sampai dua outlet dinyatakan pailit. Salah satu permasalahan Shafira *Cake and Bakery* adalah dalam menetapkan harga jual produknya, usaha ini masih menggunakan pola metode *cost based pricing*.

Supriyono (2010) *cost based pricing* merupakan teknik dalam peningkatan laba dimana perusahaan akan membuat produk

terlebih dahulu kemudian pihak perusahaan akan melakukan penentuan biaya dan laba setelah itu pihak perusahaan menetapkan harga jual, berbeda dengan metode *Target costing* menurut Rudianto (2013) perusahaan terlebih dahulu harus menentukan biaya produknya, baru kemudian membuat produk yang sesuai dengan biaya yang telah ditentukan. Dari perbedaan tersebut metode *cost based pricing* memiliki kelemahan yaitu biaya dan laba yang ditentukan di awal akan menjadi dasar penentuan harga jual sehingga harga jual sering kali menjadi kurang kompetitif.

Dengan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka pentingnya metode *Target Costing* diterapkan untuk meningkatkan laba perusahaan. Metode ini *Target Costing* juga memiliki kelebihan yaitu sangat berguna bagi pihak perusahaan yang memiliki produk dengan tingkat kompetisi pasar yang tinggi Rudianto (2013). Oleh karena itu, metode *Target Costing* digunakan pada penelitian ini untuk meningkatkan laba. Dengan mengetahui daya beli konsumen, harga jual kompetitif, maka perusahaan dapat menentukan strategi, menetapkan, dan mendesain produk sesuai dengan biaya yang telah ditargetkan, untuk menghindari membengkaknya biaya-biaya produksi dan dapat terus bersaing dengan kompetitor lainnya.

Di dalam penelitian ini akan melihat dan membandingkan, apakah lebih menguntungkan menggunakan perhitungan metode

Target Costing untuk meningkatkan laba perusahaan, dengan penghitungan sebelumnya yang dilakukan oleh Shafira *Cake and Bakery*.

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian yang telah di paparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah.

Bagaimana penerapan metode *Target Costing* untuk meningkatkan laba di Shafira *Cake and Bakery* ?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian adalah.

Untuk mengetahui penerapan metode *Target Costing* untuk meningkatkan laba di Shafira *Cake and Bakery*.

1.4. Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dipaparkan, maka Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi beberapa pihak sebagai berikut.

A. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini dapat memberikan pendalaman ilmu akuntansi lebih khususnya akuntansi manajemn dengan pendalaman teori metode *Target Costing*.

B. Manfaat Praktis

a) Bagi perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran untuk usaha *Shafira Cake and Bakery* dalam menekan biaya. Dapat memberikan manfaat untuk usaha lain maupun sejenis tentang penggunaan metode *Target Costing* untuk meningkatkan laba perusahaan.

b) Bagi akademik

Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya tentang metode *Target Costing* yang dapat digunakan dalam perusahaan yang sama atau bentuk usaha yang berbeda lainnya



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *Target Costing* sudah banyak dilakukan di Indonesia, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

| No | Nama peneliti, tahun penelitian | Judul penelitian | Metode penelitian | Hasil penelitian |
|----|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Khaira Citra Dkk, 2014 | Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Untuk Meningkatkan Laba Perusahaan (Study Kasus Pada CV Onderhound Company Shoesh And Leather) | Kualitatif deskriptif | Penggunaan metode <i>Target Costing</i> mulai dari tahun 2011-2014 terus mengalami perubahan yang fluktuatif di tahun 2011 perusahaan awal menggunakan <i>Target Costing</i> berhasil meningkatkan laba sebesar Rp.338.136..200 |

| | | | | |
|---|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | Khasanah Rosiatul Dkk, 2017 | Analisis penerapan metode <i>Target Costing</i> dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk memaksimalkan laba | Kualitatif deskriptif | <i>Target Costing</i> menurunkan biaya yang dikeluarkan perusahaan sebelumnya untuk kecap kuda terbang botol kecil yang semula Rp.3.781,24 menjadi 3.584,75 dan meningkatkan laba perusahaan sebesar 15% yang sebelumnya dibawah 15% |
| 3 | Purwaningsari, 2015 | Analisis penentuan Harga Jual Berbasis <i>Target Costing</i> studi kasus pada CV Khatara Konstruksi Krakasan Probolinggo | Kualitatif deskriptif | Penerapan metode <i>Target Costing</i> menurunkan harga jual rumah type 45/84 sebesar Rp.155.000.000 dan menghasilkan laba sebesar Rp.108.810.272 |
| 4 | Juwita Rukmi Dkk | Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Produk | Kualitatif deskriptif | Setelah menerapkan metode <i>Target Costing</i> biaya pembuatan kemeja yang sebelumnya sebesar Rp.32.419.500 menjadi 31.757.600 namun laba yang diperoleh setelah menggunakan <i>Target Costing</i> menjadi turun karena harga jual dalam metode <i>Target Costing</i> menggunakan harga pesaing |
| 5 | Nurul Ikhsan Arifin Dkk, 2016 | Analisis <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor | Kualitatif deskriptif | Perbedaan jumlah total biaya yang dikeluarkan perusahaan sebelum dan sesudah menggunakan metode <i>Target Costing</i> adalah Rp.302.592.000 dapat ditekan |

| | | | | |
|--|--|---------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | Pada Mandala Bakery | | menjadi Rp.299.064.000 dan laba yang diperoleh meningkat yang sebelumnya Rp. 218.208.000 mwnjadi Rp.221.736,000 |
|--|--|---------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Sumber: data diolah oleh peneliti

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan di atas mempunyai persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaan diantara kelima penelitian ini adalah sama sama menggunakan *Target Costing* dalam metode analisis dan fokus pada peningkatan laba, penelitian sebelumnya juga memiliki objek yang hamper sama dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian Rukmi Juwita Dkk (2016) yaitu objek berhubungan dengan usaha pembuatan *Cake and Bakery* dan untuk meningkatkan laba.

Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada fokus penelitian dimana salah satu penelitian hanya fokus pada peningkatan laba perusahaan kemudian salah satu penelitian menggunakan *Target Costing* untuk penentuan harga jual, kemudian salah satu hasil penelitian membuat laba perusahaan menjadi kecil karena memiliki perbedaan dalam penentuan harga jual yaitu menggunakan harga pesaing Dan perbedaan lainnya adalah objek penelitian yaitu di usaha dagang sepatu dan kulit, konstruksi, clothing dan usaha pengolahan kedelai. Perbedaan kemudian dengan penelitian milik Nurul Ikhsan Arifin yang menggunakan objek perusahaan *cake and bakery* adalah penelitian sebelumnya tidak melakukan analisis harga kompetitor perusahaan yang memproduksi produk sejenis dan hanya melihat harga pasar dan hanya fokus dalam peningkatan laba perusahaan

dengan melakukan efisiensi biaya dan tidak berespon untuk membuat produk yang akan di teliti dapat bersaing dengan kompetitornya.

2.2. Kajian Teori

2.2.1. Pengertian Biaya

Biaya atau cost merupakan pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat satu periode akuntansi Dunia dan Abdullah (2012). Mulyadi (2015) mengemukakan biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Jadi dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berfungsi bagi masa yang akan datang atau memiliki manfaat melebihi satu periode akuntansi yang diukur dalam satuan uang.

2.2.2. Klasifikasi Biaya

Suatu keberhasilan dalam mengendalikan dan merencanakan biaya bergantung kepada pemahaman yang menyeluruh terhadap hubungan antara biaya dan aktivitas suatu bisnis. Kehati-hatian atas analisis dan studi atas dampak aktivitas bisnis terhadap biaya umumnya akan menghasilkan klasifikasi biaya.

Philip Kotler dan Keller (2011) mengungkapkan bahwa biaya pada umumnya akan menghasilkan klasifikasi tiap pengeluaran sebagai

biaya tetap, biaya variable atau biaya semivariabel, berikut ini penjelasan lebih rinci tentang klasifikasi biaya.

a. **Biaya Tetap**

Yaitu biaya yang tidak pernah berubah secara total saat aktifitas dalam produksi atau bisnis meningkat atau menurun. Biaya yang masuk dalam kelompok biaya tetap adalah biaya mesin, kendaraan, penyusutan bangunan, gaji dan upah dibayar secara tetap, pajak, biaya asuransi, biaya sewa, dan biaya lainnya yang tidak terpengaruh terhadap volume penjualan.

b. **Biaya Variabel**

Merupakan biaya yang akan meningkat secara proporsional terhadap meningkatnya aktivitas dan juga akan menurun secara proporsional sesuai menurunnya aktivitas. Biaya biaya yang masuk dalam biaya variabel yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, tenaga kerja tidak langsung, beberapa perlengkapan.

Menurut Mulyadi (2012) dalam hubungannya dengan biaya yang dibiayai, dapat digolongkan menjadi dua golongan yaitu :

- a) **Biaya langsung (*direct cost*)** yaitu biaya yang terjadi, dan disebabkan karena terdapat sesuatu yang dibiayai.

- b) Biaya tidak langsung (*indirect cost*) merupakan biaya yang tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung yang berkaitan dengan produk disebut dengan biaya overhead pabrik.

2.2.3. Penetapan Harga Jual

2.2.3.1. Pengertian Harga Jual

harga jual memiliki pengaruh sangat penting terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya dan mempengaruhi konsumen atau pelanggan untuk membeli produk tersebut. Menurut Hansen and Mowen (2009) harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Namun harga jual memiliki persoalan rumit yang akan dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah menetapkan harga jual produknya, karena harga tersebut memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Harga jual yang tinggi akan memberikan dampak konsumen tidak akan atau mengurangi pembelian produknya, namun apabila harga jual produk terlalu rendah maka perusahaan tidak akan mendapatkan laba atau pendapatan yang cukup (Rudianto 2013).

Ajaran agama Islam telah mengajarkan landasan tentang pentapan harga yang di tuangkan dalam QS. An-Nissa' ayat 29 yang berbunyi

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Maksud dari ayat tersebut bahwa manusia diperintahkan oleh Allah SWT agar dalam berbisnis dengan cara yang baik, Implementasi bosnis yang baik adalah menetapkan harga jual harus atas kesepakatan kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli atas dasar suka sama suka. Sehingga penjual maupun pembeli rela atas harga jual yang disepakati.. Karena dasar penentuan harga jualnya memperhatikan faktor *eksternal* seperti harga pasar, harga kompetitor, kemampuan daya beli masyarakat dan keadaan ekonomi masyarakat. (Lukman Hakim,2012)

Jadi dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual tidak dapat ditentukan secara sepihak. Karena pasar adalah milik semua kalangan dan dalam penentuan harga jual harus

berdasarkan kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli agar tidak ada salah satu pihak yang dirugikan.

2.2.3.2. Tujuan Penetapan Harga

Kotler dan Keller (2011), terdapat lima tujuan utama untuk menetapkan harga, antara lain:

1. Memaksimalkan Laba

Perusahaan akan selalu berusaha untuk menetapkan harga yang mampu menghasilkan laba yang tinggi dengan cara memperkirakan permintaan dan biaya yang berasosiasi dengan harga alternatif. Setelah itu, memilih harga yang menghasilkan laba, arus kas, atau tingkat pengembalian maksimum.

2. Kemampuan Bertahan

Tujuan utama perusahaan yaitu mampu bertahan pada saat perusahaan dihadapkan pada persaingan yang ketat, keinginan konsumen yang berubah dan kelebihan kapasitas. Selama harga mampu menutup biaya variable dan biaya tetap, maka perusahaan akan bertahan dalam proses.

3. Market *Skimming Pricing*

Perusahaan merencanakan munculnya teknologi baru yang berguna dalam penetapan harga tinggi untuk memaksimalkan laba pasar dimana pada awalnya, harga ditetapkan tinggi dan secara perlahan turun seiring waktu. Market Skimming Pricing dapat digunakan ketika kondisi seperti berikut:

- a. Ketika memiliki cukup banyak pembeli dengan tingkat permintaan yang tinggi
- b. Biaya untuk satuan produksi volume kecil tidak begitu tinggi sehingga dapat menghilangkan keuntungan dari mengenakan harga maksimum yang mampu untuk diserap pasar
- c. Tingginya harga awal akan menarik pesaing di pasar
- d. Produk yang unggul menggambarkan harga yang tinggi

4. Kepemimpinan Kualitas Produk

Banyak brand atau merek yang berusaha menjadi “kemewahan yang terjangkau” produk atau jasa yang ditentukan karakternya oleh tingkat kualitas selera, anggapan dan memiliki status yang tinggi dengan harga cukup tinggi yang berada diluar jangkauan konsumen.

5. Pangsa Pasar Yang Tinggi

Perusahaan percaya bahwa semakin tinggi volume penjualan, maka biaya perunit akan semakin rendah dan laba jangka panjang semakin tinggi. Dengan hal seperti itu maka perusahaan akan menetapkan harga paling rendah karena berasumsi bahwa pasar sensitif terhadap harga. Strategi untuk menetapkan harga penetrasi pasar dapat diteapkan dalam kondisi:

- a. Pasar sangat sensitif terhadap harga karena harga yang rendah merangsang pertumbuhan pasar.
- b. Biaya produksi dan distribusi akan menurun sesuai dengan seiringnya terakumulasi pengalaman produksi.
- c. Harga yang rendah mendorong untuk bersaing secara aktual dan potensial.

2.2.3.3. Faktor-faktor Penentuan Harga

Samryn (2012) mengungkapkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual adalah sebagai berikut :

1. Laba yang akan diinginkan. Didalam kaitannya dengan jumlah laba, penetapan harga mempertimbangkan kecukupan tentang pengendalian modal, kebutuhan laba untuk membayar dividen, dan kebutuhan laba untuk kemajuan perusahaan dari hasil penjualan tersebut, dan juga trend penjualan yang diinginkan.
2. Faktor biaya. Pengaruh dari biaya tetap dan biaya variabel, pembebanan biaya bersamapada tiap jenis produk.
3. Faktor dari luar perusahaan. Faktor yang perlu untuk dipertimbangkan adalah tentang elastisitas permintaan, tingkat persaingan dan elastisitas permintaan. Bagi bagi produk khusus, faktor non-ekonomi seperti perundang undangan yang relevan

juga perlu diperhitungkan sebagai faktor eksternal untuk penetapan harga.

4. Faktor produk. Pencakupan faktor ini mencakup tentang realisasi volume penjualan yang telah direncanakan, keseterediaan kapasitas yang menganggur, diskriminasi tentang harga, kelayakan meningkatkan harga yang diinginkan.

2.2.3.4. Metode Penetapan Harga

Kebanyakan perusahaan akan memilih satu atau lebih dari tiga tentang pertimbangan ini. Menurut Kotler dan Keller Keller (2012). Dalam penetapan harga memiliki lima penetapan.

1. Penetapan Harga Tingkat Pembelian Sasaran

Perusahaan akan menentukan harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi sasarannya.

2. Penetapan Harga *Markup*

dalam penetapan harga yang paling mendasar adalah menambah *markup* standar kepada biaya produk. Penetapan harga *markup* sampai saat ini masih tetap populer karena penjual dapat dengan mudah menentukan biaya jauh lebih mudah daripada memperkirakan permintaan, kemudian harga akan cenderung sama dan persaingan harga tereliminasi ketika perusahaan industri menggunakan metode ini, dan banyak

orang akan merasa penetapan harga biaya plus lebih adil bagi pembeli dan penjual.

3. Penetapan Harga *Going-Rate*

Perusahaan akan mendasarkan sebagian besar harganya kepada harga kompetitor, mengenakan harga yang sama walapun lebih murah atau mahal dibandingka harga kompetitor utama.

4. Penetapan Harga Nilai

Dalam metode ini menciptakan harga yang murah kepada pelanggan untuk menarik perhatian dengan tidak mengabaikan kualitas dari produknya.

5. Penetapan Harga Nilai Anggaran

Didalam nilai anggaran memiliki bebrapa elemen seperti citra pembeli akan kinerja produk, kemampuan untuk menghantarkan dan saluran, kualitas jaminan, atribut yang kurang dominan seperti reputasi pemasok, harga diri,kepercayaan dan dukungan pelanggan.

6. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*cost based pricing*)

Penetapan harga berdasarkan biaya yang melibatkan biaya distribusi, biaya produk dan penjualan produk beserta tingkat dari pengambilan yang wajar untuk perusahaan dan tingkat risikonya. Perusahaan yang memiliki biaya dalam pembuatan produk yang rendah dapat menetapkan harga lebih rendah yang menghasilkan penjualan dan laba yang lebih tinggi

2.2.4. *Target Costing*

2.2.4.1. *Pengertian Target Costing*

persaingan yang tinggi di antara kompetitor dalam menawarkan produknya semakin kompetitif menuntut pihak manajemen memikirkan metode yang lebih baik dari metode *cost based pricing* yang digunakan oleh perusahaan lain pada umumnya. Metode *cost based pricing* memiliki kelemahan yaitu desain dan produk untuk menentukan harga jual yang ditentukan terlebih dahulu akan menimbulkan harga jual yang kompetitif. Padahal terdapat metode yang lebih efisien yang dapat digunakan manajemen yaitu metode *Target Costing*.

Krismiaji (2011) *target costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuat produk baru dan kemudian merancang sistem yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditentukan.

Witjaksanaono (2013) mengungkapkan bahwa *target costing* adalah suatu sistem dimana penentuan harga pokok produksi sesuai dengan yang diinginkan oleh (target) sebagai dasar penentuan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan, atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang rela untuk pelanggan bayarkan.

Dapat disimpulkan bahwa *Target Costing* adalah penentuan biaya produksi dimana perusahaan akan merencanakan dan menentukan terlebih dahulu biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar yang kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan.

2.2.4.2. *Prinsip Target Costing*

Rudianto (2013) terdapat tiga prinsip dalam menentukan *Target Costing*,

1. Harga Jual Mendahului Biaya

Sistem *Target Costing* menetapkan target biaya dengan mengurangi margin laba yang diharapkan dari harga pasar yang kompetitif. Harga pasar dikendalikan oleh situasi pasar dan target laba ditentukan oleh kondisi keuangan suatu perusahaan dan industri yang digelutinya.

2. Fokus Pada Pelanggan

Sistem *Target Costing* digerakan oleh pasar. Persyaratan pelanggan atas kualitas, biaya, dan waktu secara somultan diintegrasikan kedalam produk dan keputusan proses, serta arah analisis biaya. Target biaya tidak boleh dicapai dengan mengorbankan tampilan yang diinginkan pelangga, menurunkan kinerja atau keandalan suatu produk atau menunda peluncuran produk di pasar.

3. Fokus Pada Desain

Sistem *Target Costing* mempertimbangkan desain produk dan proses sebagai kunci terhadap manajemen biaya. Perusahaan menghabiskan lebih banyak waktu pada tahapan merancang desain dan mengurangi waktu sampai kepasar dengan menghilangkan perubahan yang mahal dan menghabiskan banyak waktu yang diperlukan di kemudian hari, sebaliknya metode reduksi biaya tradisional memfokuskan pada skala ekonomi, kurva, pembelajaran, reduksi pemborosan, dan perbaikan hasil dalam mengelola biaya sebelum biaya terjadi.

2.2.4.4. Kelebihan Dan Kekurangan *Target Costing*

Dalam jurnal Rudianto (2013) mengungkapkan bahwa Kelebihan *Target Costing* adalah sangat bagus diterapkan pada produksi barang yang mempunyai tingkat kompetisi yang tinggi di pasaran.

Rudianto (2013) metode ini memiliki kelebihan yaitu harga jual produk ditetapkan terlebih dahulu, sedangkan target margin laba dan target cost ditetapkan kemudian, jika target margin laba perusahaan ditingkatkan, maka perusahaan harus melakukan penghematan dan perekayasa nilai pada biaya produksi serta biaya nonproduksi untuk mencapai target cost yang ditetapkan berdasarkan harga jual.

Sedangkan kekurangan *Target Costing* menurut Sumarsid (2011) *Target Costing* memiliki kelemahan yaitu kurangnya pemahaman tentang *Target Costing* karena banyak dari manajemen masih tidak mengetahui konsep dari *Target Costing* khususnya pada usaha kecil menengah, tekanan pada karyawan karena tuntutan yang tinggi untuk memenuhi target biaya, dan waktu pengembangan yang terlalu lama.

2.2.4.5. Peranan Penting *Target Costing*

Hansen and Mowen (2009) berpendapat bahwa siklus hidup manajemen biaya adalah menkan biaya, bukan mengendalikan biaya, jadi perhitungan biaya target menjadi suatu alat khusus yang berguna untuk pembuatan rencana dalam tujuan penurunan biaya. Biaya target merupakan perbedaan antara harga penjualan yang dibutuhkan agar dapat menangkap pangsa pasar yang telah ditentukan terlebih dahulu dan laba perunit yang dibutuhkan. Harga jual mencerminkan spesifikasi dari produk yang akan dinilai oleh pelanggan. Apabila biaya target kurang dengan apa yang saat itu dicapai, maka manajemen perlu menemukan penurunan biaya yang menggerakkan biaya aktual ke biaya target. Menemukan penurunan biaya merupakan tantangan bagi manajemen.

Terdapat tiga metode untuk menemukan penurunan biaya adalah rekayasa berlawanan, analisis nilai, dan perbaikan proses

- a. Rekayasa berlawanan membedah produk dari kompetitor untuk mencari banyak keistimewaan dari rancangan produknya yang dapat menurunkan biaya.
- b. Analisa nilai berusaha menafsirkan beberapa nilai yang ditempatkan pada berbagai fungsi produk oleh pelanggan.
- c. Perbaikan proses dilakukan untuk tujuan memperbaiki proses dari produksi yang berguna untuk menekan pengeluaran biaya.

2.2.4.6. Implementasi *Target Costing*

Rudianto (2013) sebuah perusahaan yang selama bertahun-tahun terbiasa dengan metode *cost-based pricing*, biasanya akan mengalami kesulitan untuk bergeser menuju metode *Target Costing*. Manajemen di perusahaan harus memahami metode ini dengan baik dan berbagai cara untuk mengimplementasikannya. Terdapat serangkaian fase yang harus dilakukan perusahaan untuk mengimplementasikan *Target Costing*.

1. menentukan harga jual yang kompetitif

untuk menentukan harga produk, terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen seperti harga pesaing, daya beli masyarakat, kondisi perekonomian secara umum, nilai tukar rupiah, dan sebagainya. Faktor-faktor tersebut akan

saling terintegrasi satu dengan lainnya dalam menentukan volume permintaan terhadap produk perusahaan.

2. Menentukan laba yang diharapkan

Penentuan harga jual per unit produk ini dipengaruhi oleh berbagai hal terkait, seperti pangsa pasar yang diperoleh, tingkat pertumbuhan yang ingin dicapai perusahaan, volume penjualan yang direncanakan dan sebagainya.

3. Menetapkan target biaya

Berdasarkan harga jual yang telah ditentukan dikurangi dengan laba per unit produk yang diharapkan, perusahaan dapat menentukan tingkat biaya yang diharapkan untuk menghasilkan produk yang diinginkan. Harga jual yang ditetapkan harus mewakili harga pasar supaya menjadi unsur penting dalam bersaing.

$$\text{Target biaya} = \text{harga jual} - \text{laba yang diharapkan}$$

4. Melakukan rekayasa nilai

Rekayasa nilai merupakan semua upaya yang dianggap perlu untuk memodifikasi produk perusahaan dengan biaya yang lebih rendah yang tetap disertai upaya memberikan nilai (value) yang optimal pada pelanggan

5. Menggunakan *kaizen costing* dan pengendalian operasi

Kaizen costing berarti upaya berkelanjutan untuk mencari metode yang lebih baik dalam proses produksi. Sedangkan dengan perhitungan biaya merupakan upaya untuk terus mencari metode produksi yang dapat menurunkan biaya produksi suatu produk tertentu.

2.2.5. Kajian Islam

Masyarakat bebas untuk melakukan transaksi dan pembatasan terhadap mereka bertentangan dengan kebebasan ini. Pemeliharaan masalah pembeli tidak lebih utama daripada pemeliharaan masalah penjual. Apabila keduanya saling berhadapan, maka kedua belah pihak harus diberi kesempatan untuk melakukan ijtihad tentang masalah keduanya. Pewajiban pemilik barang untuk menjual dengan harga yang tidak diridhainya bertentangan dengan ketetapan Allah SWT.

Dalam kitab hadits yang diriwayatkan oleh Ahmad dan Ad-Daarimi diceritakan bahwa Abu Hurairah juga menuturkan, pernah ada seorang laki-laki mendatangi Rasulullah saw Ia lalu berkata, “*Ya Rasulullah, tetapkanlah harga.*” Rasulullah saw menjawab, “*Akan tetapi, aku hanya akan berdoa kepada Allah.*” Lalu datang orang lain dan berkata, “*Ya Rasulullah, tetapkanlah harga*” Beliau menjawab:

بَلِّغِ اللَّهَ يَخْفِضُ وَيَرْفَعُ

“*Akan tetapi, Allahlah Yang menurunkan dan menaikkan harga*”.
(HR Ahmad dan ad-Darimi).

Anas bin Malik menuturkan bahwa pada masa Rasulullah saw pernah terjadi harga-harga membubung tinggi. Para Sahabat lalu berkata kepada Rasul, “*Ya Rasulullah saw tetapkan harga demi kami.*” Rasulullah SAW menjawab:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ
يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

“*Sesungguhnya Allahlah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta*”. (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi)

Dalam Al-Qur’an sendiri disebutkan agar sebuah bisnis sukses dan menghasilkan untung, hendaknya bisnis tersebut didasarkan atas keputusan yang tepat, logis, bijak dan hati-hati. Menurut Al-Qur’an, bisnis yang menguntungkan bukan hanya yang dapat dinikmati di dunia, tetapi juga dapat dinikmati di akhirat dengan keuntungan yang jauh lebih besar. Karena kenikmatan dunia itu tidak ada apa-apanya apabila dibandingkan dengan kenikmatan akhirat. Kebersihan jiwalah, bukan banyaknya harta, yang akan membuat manusia sukses di alam akhirat. Itulah sebabnya mengapa Al-Qur’an selalu menasihati manusia agar selalu mencari dan mengarahkan apa yang di lakukan untuk mendapat pahala di akhirat, bahkan pada saat dia melakukan hal-hal yang bersifat duniawi sekalipun (Asmuni Mth 2010).

Preferensi pada apa yang disebut dengan halal dan thayyib (baik) dengan dihadapkan pada sesuatu yang haram dan khabits (buruk) adalah salah satu yang dianggap sangat baik untuk pengambilan keputusan yang logis dan bijak. Sesuatu yang baik tidak akan pernah bersatu dengan sesuatu yang buruk. Oleh karena itu, bisnis yang menguntungkan akan selalu diberikan pada hal yang thayyib, meskipun dalam kuantitasnya tidak lebih banyak dari yang khabits. Al-Qur'an menekankan bahwa sebuah bisnis yang kecil namun lewat jalan halal, jauh lebih baik daripada bisnis besar yang didapatkan melalui cara-cara yang haram.

Dalam Al-Quran, Allah berfirman dalam surat Al-'Araf ayat 85

وَالَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ وَالَّذِينَ أُولُوا بِأَفْئِدَتِهِمْ أُولَٰئِكَ لَمْ يَكُنْ لَهُمْ لِقَاءُ اللَّهِ إِلَّا غَيْرُوهٖ قَدْ جَاءَ تَكْوِينَهُمْ مِنْ رَبِّكُمْ فَآوَوْا أَلَيْسَ أَلَيْسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٨٥﴾

Dan (Kami telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan saudara mereka, Syu'aib. Ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman"

Dalam Ayat di atas diterangkan bahwa agar sebuah bisnis berjalan sukses dan menghasilkan hendaklah bisnis tersebut didasarkan atas keputusan yang tepat. Bisnis yang menguntungkan bukanlah sebuah bisnis yang hanya dapat dinikmati didunia semata tetapi juga bisa dinikmati didunia kahir kelak. Karena kenikmmanan di dunia tidak ada tandingannya dengan kenikmatan di akhir. Didalam Al-Qur'an telah dijelaskan bahwa bisnis yang menguntungkan adalah bisnis yang dilakukan dengan menghindari segala bentuk praktek kecurangan, kotor dan koruptif. (Nurul Huda 2010)

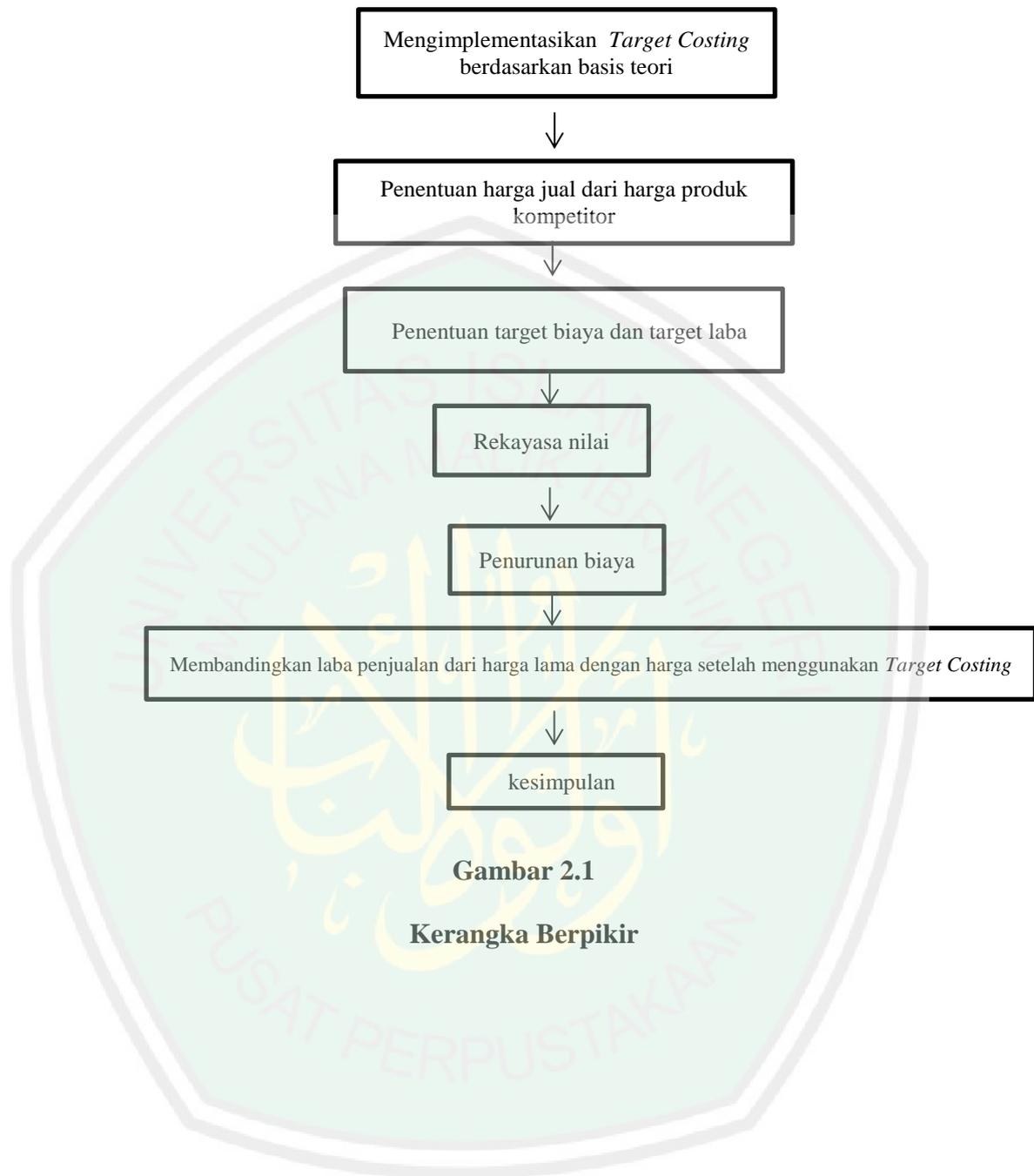


2.3. Kerangka berpikir

Agar memudahkan memahami penelitian ini, maka penulis melakukan sekema tahapan penelitian sebagai berikut :

tahapan pertama yang dilakukan adalah implrnrntasi *Target Costing* berdasarkan basis teori selanjutnya menentukan harga jual, kemudian menentukan target biaya dan target laba, setelah itu tahapan berikutnya adalah melakukan rekayasa nilai kemdian menghitung penurunan biaya, selanjutnya membandingkan peningkatan laba penjualan sebelum dan sesudah menerapkan metode *Target Costing* yang terakhir adalah memberikan kesimpulan. untuk memudahkan maka dijabarkan dalam bagan seperti berikut:





Gambar 2.1

Kerangka Berpikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis pendekatan penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisa deskriptif yaitu menggambarkan keadaan dari objek atau permasalahannya menurut Sugiono (2011) menyatakan bahwa metode deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisa suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

3.2. Lokasi dan objek penelitian

Penelitian ini dilakukan di Shafira *Cake and Bakery* yang berada di jalanan kauman no 40, kauman kecamatan klojen, kota Malang.

Objek dalam penelitian ini adalah tentang penetapan harga jual untuk meningkatkan laba dengan menggunakan metode *Target Costing*. Dasar pemilihan objek di shafira *Cake and Bakery* karena tingkat persaingan yang tinggi antar usaha yang sejenis yang tersebut berpengaruh pada komisi atau laba yang diperoleh setiap bulan menjadi tidak menentu.

3.3. Subjek penelitian

Subjek yang digunakan di dalam penelitian adalah manajemen produksi shafira *Cake and Bakery* karena dalam penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan laba perusahaan.

3.4. Sumber dan jenis data

Jenis data yang digunakan terdiri atas:

- a. Data kuantitatif, berupa data-data yang memiliki hubungan dengan penetapan Harga Pokok Produksi, contohnya adalah data-data biaya produksi, data jumlah barang yang diproduksi.
- b. Data kualitatif, berupa penjelasan sejarah singkat dari perusahaan, struktur organisasi, proses produksi dan informasi yang memiliki hubungan dengan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder untuk memperkuat hasil dari penelitian :

- a. Primer, penulis menyusun pertanyaan dan secara langsung melakukan wawancara dengan pemiliki Shafira *Cake and Bakery*.
- b. Sekunder, data yang diperoleh dari perusahaan berupa informasi tertulis tentang biaya bahan baku, data biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik serta data data yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh dan keterangan unuk penelitian ini maka penulis mengunaka metode pengumpulan data yaitu,

1. Observasi, melakukan pengamatan secara langsung dilapangan untuk mendapatkan data tentang aktivitas perusahaan, struktur organisasi, kondisi dan posisi perusahaan Shafira *cake and bakery*.

2. Wawancara, melakukan pengumpulan data dari manajemen produksi yang bersangkutan dengan cara bertanya langsung tentang penjualan produk, proses produksi, keunggulan produk dan informasi yang memiliki kaitan dengan penelitian.
3. Dokumentasi, pengumpulan data dengan cara melihat catatan dari dokumen anggaran biaya, anggaran penjualan, laporan biaya produksi dan non produksi dan catatan atau dokumen tentang laba rugi.

3.6. Teknik analisis data

Setelah memperoleh data yang memiliki hubungan dengan permasalahan dalam penelitian maka data akan dianalisis dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahapan yang pertama adalah melakukan analisis proses produksi hal ini dilakukan agar penulis memahami proses produksi secara keseluruhan akan beberapa produk yang akan dianalisa agar penelitian ini membantu lebih akuratnya pembagian biaya dalam melakukan perhitungan selanjutnya.
2. Tahapan kedua adalah melakukan analisis harga, dalam menganalisis harga peneliti melihat harga produk roti loaf mulai dari harga yang diberlakukan oleh perusahaan saat ini, harga dari dua kompetitor yaitu Kampung Roti, Dea *cake and bakery*. Berikut daftar harga produk roti loaf yang diberlakukan oleh perusahaan dan kompetitor

| Perusahaan | Produk |
|--------------------------------|--------|
| Shafira <i>cake and bakery</i> | Loaf |
| Dea <i>cake and bakery</i> | Loaf |
| Kampung Roti | Loaf |

3. Tahapan ketiga, mengimplementasikan metode *Target Costing* dengan langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan target dari harga jual produk dengan melihat daya beli konsumen terhadap produk dan harga pasar.
- b. Menentukan laba produksi perunit yang di inginkan perusahaan.
- c. Menentukan besarnya nilai dari perhitungan *Target Costing*.

Menurut Rudianto (2013) harga jual yang telah ditentukan dikurangi dengan laba per unit produk yang diharapkan perusahaan dapat menentukan tingkat dari biaya yang diharapkan untuk menghasilkan produk yang diinginkan. Penetapan *Target Costing* dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

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

- d. Menentukan dan melakukan perhitungan biaya, dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.
- e. Melakukan rekayasa nilai (*Value Engenering*),

4. Membandingkan laba yang diperoleh sebelumnya dengan setelah menggunakan metode *Target Costing* melalui cara rekayasa nilai.
5. Menarik kesimpulan yang berguna sebagai dasar atau pertimbangan oleh pemilik *Shafira Cake and Bakery* untuk menetapkan harga jual dan dalam upaya meningkatkan laba usaha.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gamban umum perusahaan

4.1.1. Sejarah Perusahaan

Shafira *Cake and Bakery* berdiri sejak tahun 2001. Toko roti yang berasal dari Kota Malang ini mempunyai berbagai cabang di sudut Kota Malang. Pada awalnya roti produksi Shafira *Cake and Bakery* hanya dititipkan pada toko toko kecil yang berada di Kota Malang. Semua produksinya berawal dari hobi Ibu Chorida yang suka membuat Kue dan Roti untuk dikonsumsi sendiri. Rasa kue buatan Ibu Chorida mendapat tanggapan positif dari keluarga, sehingga Ibu Chorida berinisiatif menjual kue ke toko toko kecil di sekitar Kota Malang.

Produksi roti buatan Ibu Chorida terus meningkat karena banyaknya minat konsumen di masyarakat. Pada tahun 2002 Ibu Chorida akhirnya membuka toko sendiri di Jl. Raya Nongko Jajar Malang. Pada tahun 2005 Shafira *Cake and Bakery* membuka cabang pertama di Jl Kauman no 40 Kota Malang.

Dari pengungkapan kepala cabang memberikan gambaran bahwa Proses berkembangnya usaha ini dari awal sampai sekarang, cukup berkembang maju namun tidal hanya mendapatkan keuntungan saja, pasti banyak juga menemui berbagai masalah seperti, semakin banyaknya pesaing

yang menawarkan produk sejenis dengan harga yang lebih murah dan kompetitif kemudian harga bahan baku yang naik turun, dan berbagai masalah yang lainnya. Untuk itu pemilik usaha harus berinovasi dengan produknya., salah satu inovasi yang dilakukan pemilik usaha adalah menghasilkan produk terbaru atau membuat produk tetap, dengan menjaga rasa dan harga produknya agar konsumen tetap terpuaskan dengan produk yang telah di produksi.

4.1.2. Produk Shafira *Cake And Bakery*

Sejak berdiri dari 2001 sampai sekarang sudah berbaga Produksi yang dihasilkan oleh Shafira *Cake and Bakery* diantaranya:

- 1) *CheeseCake*
- 2) *Marshmellow cake*
- 3) Pandan
- 4) Roti *loaf*
- 5) Roti bakery
- 6) Roti roll coklat
- 7) Berbagai macam-macam kue rasa lainnya

Sesuai dari hasil dari wawancara dengan kepala cabang mengungkapkan bahwa

“produk yang di jual ada 6 roti dan berbagai macam kue, kalau roti ada Roti chesse cake, marshmellow cake, roti pandan, roti loaf, roti roll coklat sama roti bakery, harganya bisa di lihat sendiri mas”

Tabel 4.1**Daftar harga produk Shafira cake and bakery**

| No | Produk | Harga |
|----|-------------------------|--------------|
| 1 | Roti <i>Cheese Cake</i> | Rp 12,000, |
| 2 | Marsmellow cake | Rp.4.000/pcs |
| 3 | Roti pandan | Rp. 5.000 |
| 4 | Roti loaf | Rp. 10.000 |
| 5 | Roti roll coklat | Rp 15.000 |
| 6 | Roti bakery | Rp.7.0000 |

Melalui tabel 4.1 penulis melakukan penelitian terhadap salah satu produk yaitu roti loaf hal tersebut dikarenakan produk roti loaf merupakan produk baru dan produk tersebut merupakan salah satu dari tiga produk yang memiliki penjualan yang tinggi selain produk roti bakery dan roti *chesse cake*.

Sampai saat ini usaha Shafira cake and bakery terus mengalami kenaikan produksi roti dari yang dulunya hanya puluhan roti saja kini perusahaan mampu memproduksi kurang lebih 100-200 poduk roti berbagai macam, seperti yang diungkpan oleh kepala cabang

“kalau saat ini sehari ya kira kira hampir 100-200 produk roti mas yang kita buat semua sesuai pesanan dan kebutuhan

produksi di outlite, beda dengan dulu mungkin Cuma 60-70 roti yang kita buat selama satu hari”

4.1.3. Pemasaran Produk roti Shafira Cake and Bakery

Pada awal didirikan ibu chorida memasarkan produk nya di wilayah kota malang dan hanya menerima peasanan acara. Karena semakin tingginya konsumen maka ibu chorida membuka cabang pertamanya di jalan Kamuan no 40 kota Malang, pada outlite ini ibu Chorida menunjuk salah satu anaknya yaitu ibu Shafira sebagai kepala cabang sesuai dengan pengungkapan pihak kepala cabang outlite jalan Kauman.

“Awalnya memang ibu saya memasarkan produknya hanya di sekita sini (Kota Malang dan sekitarnya) dan hanya menerima lewat pemesanan saja, apalagi dulu pesnan paling banyak di daerah Kota jadi akhirnya buka cabang di sini,

Shafira Cake and Bakery sampai sat ini memiliki 4 cabang yang tersebar di kota Malang, di antaranya:

1. Jln. Kauman No 40. Malang
2. Jl. Ahmad Yani 21, Kepanjeng
3. Jl Diponegoro 41, Kota Batu
4. Jl Raya Singosari 74

Sesuai dengan hasil wawancara dengan kepala cabang

“Alhammdulillah sampai saat ini Perusahaan Sudah Memilik 4 Outlite Yaitu Di Jalan Kauman, Batu, kepanjen, trakhir ada di Singosari”

4.1.4. Biaya-Biaya Yang Dikeluarkan Perusahaan

4.1.4.1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku langsung meliputi bahan utama yang harus ada didalam pembuatan produk baru. produk yang di ambil dalam penelitian ini adalah produk roti loaf. Dalam sehari seluruh outlite Shafira Cake and bakery memproduksi kurang lebih 300-400 berbagai macam roti dan kue dalam sehari, namun juga dapat bertambah apabila ada pesanan dari konsumen. Untuk produksi roti loaf sendiri perusahaan memproduksi kurang lebih 50-hingga 100 roti perhari Rincian bahan baku yang digunakan adalah:

Tabel 4.2

Daftar bahan baku pembatan roti loaf

| No | Produk |
|----|---------------------------------|
| 1 | Cakra kembar emas tepung terigu |
| 2 | Tepung segitiga biru |
| 3 | Mauripan ragi yeast |

| | |
|----|--------------------------------|
| 4 | Telur |
| 5 | Bubuk coklat |
| 6 | Fresh milk |
| 7 | Margarin |
| 8 | Bakers bonus A |
| 9 | Garam |
| 10 | Rose brand gula kritical murni |

Bahan baku yang di dapatkan dalam membuat produk adalah dengan membeli di toko supplier Bakery secara eceran dan sebagian membeli dari supplier. Sesusai dengan hasil wawancara dengan kepala cabang mengungkapkan

“Untuk bahan baku roti kita beli sebagian di supplier dan sebagian lagi membeli di toko khusus roti di belakang Pasar besar mas”

4.1.4.2. Tenaga kerja langsung

Tenaga kerja langsung adalah seseorang yang bekerja dan berperan langsung dalam proses pembuatan suatu produk, di dalam usaha Shafira Cake and Bakery memiliki 55 karyawan yang tersebar di seluruh outlite, khusus untuk outlite jalan kauman karena peneltian ini dilakukan disana, jumlah tenaga kerja langsung berjumlah 10 orang. Untuk system penggajian yang digunakan adalah system gaji perbulan. Sesuai dengan haasil wawancara dengan kepala canamg

“Di sini (outlite Shafira Cake and Bakery jalan Kauman) untuk produksi jumlahnya 10 orang”

4.1.4.3. Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan mulai dari awal produksi sampai produk tersebut menjadi produk baru, seperti contoh biaya bahan penolong. Tenaga kerja tidak langsung, biaya perbaikan dan pemeliharaan, dan biaya lain yang secara langsung perlu mengeluarkan uang tunai. Biaya overhead pabrik yang dikeluarkan oleh Shafira cake and bakery diantaranya adalah:

A. Biaya tenaga kerja tidak langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk tenaga kerja yang secara fisik tidak berperan dalam proses produksi namun membantu untuk menghasilkan suatu produk. Di perusahaan Shafira cake and bakery ini memiliki 8 orang tenaga kerja tidak langsung yang tersebar di beberapa outlite namun 8 pekerja tersebut secara spesifik bekerja dalam bagian produksi dan ada di bagian keuangan, tugas bagian produksi disini adalah mengawasi proses produksi, melakukan perencanaan dan penjadwalan proses produksi, melakukan pemesanan bahan baku bagian keuangan bertugas untuk melakukan pencatatan pengeluaran dan pemasukan dan merangkap sebagai kasir.

Tenaga kerja tidak langsung khusus pada outlite shafira cake and bakery di jalan kauman hanya berjumlah satu orang yaitu hanya bagian produksi. Sesuai dari hasil wawancara dengan manajemen produksi.

“untuk sementara hanya satu orang mas untuk mengurus produksi (manajemen produksi), kalau keuangan itu saya yang pegang dan sekaligus mantau juga”

B. Biaya kemasan

Biaya kemasan adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan guna melengkapi produk jadi yang akan dipasarkan dengan memberikan kesan menarik bagi konsumen, perusahaan mengeluarkan biaya berupa mika plastic dan stiker kemasan, perusahaan membeli di salah satu tempat printing stiker, hal tersebut sesuai dengan perkataan kepala cabang

“untuk kemasan kita butuh mika plastic, itu (mika plastic) beli di pasar, terus ada juga stiker nama perusahaan, kalau untuk stiker kita pesan di printing stiker di surabaya”

Biaya kemasan yang dikeluarkan Shafira cake and bakery untuk produk roti loafnya adalah sebagai berikut

Tabel 4.5
Daftar biaya kemasan produk roti loaf

| No | Nama Bahan |
|----|--------------|
| 1 | Plastic mika |
| 2 | Stiker |

C. Biaya listrik air dan telepon

Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan berupa suplai listrik saja untuk air perusahaan menggunakan pompa air sehingga tidak mengeluarkan biaya perbulan. Setiap bulan setiap outlite Shafira and Bakery menganggarkan biaya untuk listrik

D. Biaya Lembur

mengeluarkan biaya tambahan untuk tenaga kerja langsung yang melakukan kerja lembur sampai pesanan selesai.

E. Biaya angkut

Perusahaan mengeluarkan sejumlah biaya bahan bakae kendaraan untuk menunjang operasional pengiriman produk pesanan kepada beberapa pelanggan

4.1.5. Proses Produksi Roti Di Shafira Cake And Bakery

Usaha roti Shafira cake and bakery setiap hari menghasilkan kurang lebih 200 sampai 300 roti dengan berbagai varian roti yang di produksi di 3 outlite outlite, Shafira cake and bakery membuat roti sesuai dengan pesanan dan sesuai kebutuhan toko. Melalui pengamatan secara langsung dan wawancara dengan kepala cabang mengungkapkan proses produksi sebagai berikut

Proses produksi roti dimulai pukul 07.00 sampai dengan jam 17.00, namun apabila memasuki hari-hari besar keagamaan seperti bulan puasa dan hari raya perusahaan akan memberlakukan produksi sampai malam, hal tersebut dilakukan karena tingginya pesana konsumen dan perlu dilakukan penyelesaian sesuai dengan pesanan agar produk roti diterima konsumen bisa tepat waktu

“kalau produksi kita di mulai dari jam 07:00 sampai pukul 17:00 namun kalau pesanan banyak khususnya hari besar itu pasti anak-anak (karyawan produksi) lembur mas, kalau untuk proses nya silakan di lihat sendiri saja mas,”

Karena mendapatkan izin dari kepala cabang penulis melakukan pengamatan secara langsung proses produksi roti loaf yang dilakukan pada tanggal 26 oktober sebagai berikut.

Proses pembuatan roti dimulai pukul 07.00, pihak manajemen produksi akan mengecek hari itu akan memproduksi berapa roti dan ketersediaan bahan baku untuk membuat roti, apabila bahan baku setelah dicek masih kurang maka pihak manajemen produksi akan menghubungi

supplier untuk segera mengirimkan bahan baku atau apabila supplier tidak bisa mengirimkan bahan baku pihak manak pihak manajeemen produksi akan membeli bahan baku sendiri di toko supplier bahan baku roti, setelah para pekerja produksi datang, pertama mereka akan menimbang bahan baku yang berupa tepung, telur,ragi, susu bubuk,ragi, bakers bonus A dan gula untuk membuat adonan, apabila sudah pas dengan takaran dan jumlah produksi maka pekerja akan memasukan dan mencampur bahan baku tersebut di mesin mixer sampai beberapa saat kemudian pekerja akan menambahkan susu fresmilk kemudian setelah adonan sudah terlihat kalis maka ditambahkan mentega dan garam dan di mixer untuk terakhir kalinya sampai adonan terlihat padat dan elastis.

Pada tahap kedua adonan mentah dibagi menjadi dua satu adonan putih dan satu adonan coklat, untuk adonan coklat tersebut dibuat dengan campuran bubuk coklat, kemudian oleh pekerja adonan di diamkan sampai terlihat mengembang. Setelah mengembang maka kedua adonan akan di pipihkan setelah itu adonan coklat ditahur diatas adonan putih dan digulung hingga mengembang.

Tahap ketiga ketika sudah mengembang maka adonan siap dioven selama 25 hingga 30 menit dengan suhu kurang lebih 160 derajat. Kemudian setelah menunggu 25 sampai 30 menit pekerja akan membawa roti untuk di panggang sampai matang,

Tahap keempat adalah pekerja mengambil roti yang sudah selesai dibuat kemudian di potong dan dimasukkan kedalam kemasan mika plastic dan terakhir di beri stiker di atas kotak mika.





Gambar 4.1

Proses produks roti loaf

4.2. Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1. Rincian biaya produksi roti di Shafira Cake and Bakery

4.2.1.1. Biaya Bahan Baku Langsung

Berdasarkan data yang diperoleh dari buku data produksi tanggal 25 oktober 2019 bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi 50 roti loaf adalah tepung terigu merek cakra kembar emas membutuhkan 20 kg, perusahaan membeli dari supplier 5 pcs, 1 pcs seberat 5 kg dengan harga Rp.279.500, tepung segitiga biru 5 kg perusahaan membeli 5 pcs/1 kg dengan harga Rp.52.500 gula Kristal murni merek rose brand 5 kg dengan harga Rp.62.500, ragi dengan merek mauripan ragi yest 500 gr dengan harga Rp.32.000. 50 butir telur, untuk telur pihak outlite membeli pada supplier 4 peti telur dengan harga Rp.1.002.000, bubuk coklat merek socolatte original cocoa powder 500 gr dengan harga Rp.80.000, 2 kemasan fresmilk merek greenfield dengan harga Rp.44.000, 2 dus margarin merek simas seharga Rp.360.000, bakers bonus A 500 gr dengan harga Rp.47.500, 1 kg garam merek kapal seharga Rp. 10.000. kadi apabila rata rata di total maka dalam sehari mengeluarkan biaya sebesar Rp 1.972.500.

Berikut ini rincian bahan baku yang dikeluarkan Shafira Cake and Bakery dalam membuat roti loaf.

Tabel 4.6**Daftar Biaya Bahan Baku Roti Loaf Per Hari**

| Nama produk | Jumlah pembelian | Kebutuhan | Harga |
|---------------------------------|------------------|----------------|---------------------|
| cakra kembar emas tepung terigu | 5 pcs/ 5 kg | 25 kg | Rp.279.500 |
| Tepung segitiga biru | 5 pcs/ 1 kg | 5 kg | Rp.55.000 |
| Mauripan ragi yeast | 500 gr | 500 gr | Rp.32.000 |
| Telur | 4 peti | 50 butir telur | Rp.1.002.000 |
| Bubuk coklat | 500 gr | 500 gr | Rp.80.000 |
| Fresh milk | 2 kemasan | 2 liter | Rp.44.000 |
| Simas margarin | 2 kardus | 2 kemasan | Rp.360.000 |
| Bakers bonus A | 500 gr | 500 gr | Rp.47.500 |
| Garam merek kapal | 1 kg | 1 kg | Rp.10.000 |
| Rose brand gula kritical murni | 5 kg | 5 kg | Rp.62.500 |
| Total | | | Rp.1.972.500 |

4.2.1.2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Di dalam usaha Shafira Cake and Bakery ini total dari seluruh outlite yang tersebar di wilayah Malang memiliki 55 tenaga kerja langsung, khusus di outlite jalan kauman mempekerjakan 10 karyawan dengan tugas melakukan proses pembuatan roti sampai dengan pengemasan. Gaji yang dikeluarkan perusahaan untuk satu orang adalah sebesar Rp.1.500.000. Jadi perusahaan mengeluarkan biaya tenaga kerja langsung dalam sehari sebesar Rp. 500.000 untuk satu orang. hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Kepala Cabang

“Karyawan produksi satu orang nya selama ini rata rata semua digaji perbulan Rp.1.500.000 mas”

Tabel 4.7

Daftar Biaya Tenaga Kerja Langsung Outlite Shafira Cake And Bakery

| Tenaga Kerja | Jumlah | Gaji/bulan | Total gaji | gaji per hari karyawan |
|-------------------|--------|--------------|---------------|------------------------|
| karyawan produksi | 10 | Rp.1.500.000 | Rp.15.000.000 | Rp.500.000 |

4.2.1.3. Biaya overhead pabrik

Biaya-biaya overhead yang dikeluarkan oleh Shafira cake and bakery dalam membuat roti loaf diantaranya adalah sebagai berikut

:

a. Tenaga Kerja Tidak Langsung

Usaha Shafira cake and bakery total memiliki 10 orang tenaga kerja tidak langsung dan telah tersebar di lima outlite yang berbeda, untuk bagian tenaga kerja tidak langsung perusahaan memiliki dua bagian pekerjaan yaitu manajemen produksi dan bagian keuangan, namun pada outlite di jalan kauman perusahaan hanya mempekerjakan satu orang tenaga kerja yaitu manajemen produksi karena bagian keuangan di pegang oleh kepala cabang, untuk gaji setiap bulan yang dikeluarkan oleh Shafira cake and bakery adalah sebesar Rp.2.400.000, sesuai dengan pengungkapan kepala cabang

“gajinya (manajemen produksi), perbulan sekita Rp.2.400.000”

berikut ini rincian biaya tenaga kerja tidak langsung setiap bulan yang dikeluarkan oleh Shafira Cake and Bakery:

Tabel 4.8

Daftar Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

| Bagian | Jumlah | Biaya gaji perbulan | Biaya gaji perhari |
|--------------------|--------|---------------------|--------------------|
| Manajemen produksi | 1 | Rp.2.400.000 | Rp.80.000 |

b. Biaya Listrik Air Dan Telepon

Untuk biaya listrik perusahaan mengeluarkan biaya Rp.600.000 untuk listrik setiap bulan, kemudian untuk air perusahaan menggunakan pompa jadi tidak mengeluarkan biaya.

“listrik disini biasanya dapat tagihan kira kira 600.000 perbulan, untuk air ada mesin pompa ”

c. Biaya lembur

Pihak kepala cabang akan mengeluarkan biaya sendiri sebesar Rp.100.000/karyawan bagi karyawan yang melakukan kegiatan lembur. Sesuai dengan perkataan kepala cabang

“untuk lembur saya keluarkan uang sendiri mas, ya sekitar Rp.100.000 untuk pegawai yang lembur”.

d. Biaya angkut

Perusahaan mengeluarkan biaya untuk pembelian bahan bakar kendaraan yaitu mobil operasional sebesar (solar) Rp.200.000 untuk pengiriman roti kepada pelanggan atau outlite Shafira Cake and bakery.

“kalau biaya pengiriman roti, perusahaan biasanya keluar uang Rp.200.000 untuk beli solar”

e. Biaya Pengemasan

Berdasarkan buku catatan. biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh Shafira Cake and Bakery untuk 50 roti yaitu membeli 50 kemasan mika plastic dengan harga Rp.6.000/pcs apabila di total sejumlah Rp.300.000, kemudian stiker kemasan perusahaan

memesan di percetakan stiker dengan ukuran 7x7 cm khusus untuk kemasan roti loaf seharga Rp.75.000 satu kantung isi 100 stiker.

Tabel 4.9

Daftar biaya kemasan

| Nama Bahan | Jumlah |
|----------------|-------------|
| Mika plastic | Rp .300.000 |
| Stiker kemasan | Rp. 75.000 |
| Total | Rp.375.000 |

Berdasarkan biaya *overhead* pabrik yang telah diuraikan di atas maka, berikut ini data biaya yang dikeluarkan selama satu hari untuk memproduksi roti loaf.

Tabel 4.10

Daftar biaya overhead pabrik per hari

| Jenis biaya | Jumlah |
|-----------------------------------|---------------|
| Biaya tenaga kerja tidak langsung | Rp.80.000 |
| Biaya Listrik,air. Telepon | Rp.600.000 |
| Biaya angkut | Rp.200.000 |
| Biaya lembur | Rp. 100.000 |
| Biaya kemasan | Rp.375.000 |
| Total | Rp. 1.355.000 |

4.2.2. Perhitungan Biaya Produksi Roti Loaf Shafira Cake And Bakery

Menurut Perusahaan

Selama ini di outlite Shafira cake and bakery, pencatatan keuangan masih dicatat secara sederhana di buku khusus keuangan produksi, pihak kepala cabang hanya mencatat pengeluaran keuangan yang berkaitan dengan produksi roti seperti yang telah dipaparkan sebelumnya Hal tersebut di ungkapkan oleh kepala cabang

“kalau disini (outlite Jalan Kauman) perhitungan akuntansi secara lengkap belum dilakukan mas, saya hanya mencatat pengeluaran saja, untuk satu hari berapa, nanti di laporkan ke ibu (pemilik perusahaan)”.

Dikarenakan pencatatan produksi outlite tersebut hanya sampai pada pencatatan pengeluaran untuk proses produksi roti, maka perusahaan sulit melakukan startegi dalam perencanaan proses produksi, sampai saat ini pun perusahaan dalam menentukan harga jual masih menggunakan cara yang sederhana yaitu dengan melihat harga pesaing dan harga pasarnya. Sesuai dengan hasil wawancara dengan kepala cabang

“kalau harga jual untuk produk, perusahaan masih lihat harga pasaran nya berapa mas, sama lihat pesang kita matok harga berapa nanti dikira kira kita mau jual berapa”

Karena tidak melakukan pencatatan biaya produksi maka penulis akan memberikan rekomendasi perhitungan untuk menentukan total biaya produksi roti dalam sehari seperti uraian berikut ini

Tabel 4.12
Biaya produksi roti Loaf Shafira Cake and Bakery dengan menggunakan teori yang berlaku secara umum

| | |
|------------------------------|--------------|
| Bahan baku langsung | Rp.1.972.500 |
| Tenaga kerja langsung | Rp.500,000 |
| Biaya <i>overhead</i> pabrik | Rp.1.055.000 |
| Total | Rp.3.527.500 |

Sebelumnya dalam buku catatan produksi kepala cabang yang melakukan pencatatan mencantumkan biaya pengiriman dan biaya lembur ke dalam biaya produksi, karena menurut teori yang berlaku bahwa kedua biaya tersebut merupakan biaya pengurang dalam komponen perhitungan laba rugi, maka dari itu penulis akan menghitung laba rugi untuk mengetahui berapa capaian laba produksi Shafira Cake and Bakery sebagai berikut

Tabel 4.13
Laporan laba rugi sebelum *target costing*

| Shafira Cake and bakery Laporan laba rugi Periode 25 september 2019 | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Penjualan | Rp.5.350.000 |
| Dikurangi | |
| Harga Pokok penjualan | Rp.3.527.500 |
| Laba kotor atas penjualan | Rp.1.822.500 |
| Dikurangi | |
| Biaya angkut | Rp.200.000 |
| Biaya lembur | Rp. 100.000 |
| Laba bersih | Rp.1.522.500 |

Setelah dilakukan perhitungan laba rugi maka perusahaan menghasilkan laba bersih sebesar Rp 1.522.500 dan dari hasil laba bersih tersebut maka perusahaan dapat merealisasikan laba penjualan produk roti loaf dan roti lainnya sebesar 29 %.

4.2.3. Penerapan Metode *Target Costing* Untuk Produksi Roti Shafira Cake And Bakery

Menurut hasil penelitian terdahulu milik Nurul Ikhsan Arifin (2016) *target costing* dapat digunakan perusahaan untuk penentuan harga jual dengan berorientasi kepada pengurangan biaya produksi. Peneliti pada

tahap ini akan menganalisa dari metode *target costing* apakah dapat di terapkan di dalam proses produksi roti pada Shafira Cake and Bakery.

Pembahasan dan analisa yang akan di lakukan oleh peneliti adalah dengan membuat tahapan tahapan dalam mencapai tujuan untuk menerapkan metode *target costing*. Tahapan tersebut akan dibagi ke dalam lima tahapan yaitu:

1. Melihat harga pasar dan daya beli dari konsumen untuk menentukan harga jual dari produk tersebut
2. Melakukan penentuan target laba per unit produksi yang diharapkan oleh perusahaan
3. Melakukan penentuan dari target biaya (*target costing*)
4. Melakukan perhitungan dan penentuan jumlah dari biaya produksi seperti biaya bahan baku, tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik
5. Melakukan teknik *value engenering* (rekayasa nilai) yaitu teknik dalam metode target costing dengan melakukan penghapusan atau pengurangan biaya yang kurang efisien

Tahapan tahapan yang telah dijabarkan diatas tidak semuanya dapat digunakan untuk mengendalikan biaya. Hanya tahapan ke keempat dan kelima yang dapat digunakan perusahaan dalam efesiensi biaya produksi. Perusahaan juga dapat menggunakan salah satu dari kedua tahapan tersebut atau mungkin menggunakan kedua tahapan tersebut, semua

tergantungan akan kebutuhan setiap perusahaan untuk mengendalikan biaya.

4.2.3.1. Analisis harga

Untuk mengetahui daya saing produk roti Shafira Cake and Bakery, maka perlu dilakukan analisis harga. Perusahaan selama ini menjual roti loaf dengan harga Rp.10.000 dan perusahaan memiliki dua kompetitor utama yaitu Dea Cake and Bakery dan Kampoeng roti, hal itu sesuai dengan hasil wawancara dengan kepala cabang bahwa

“ada dua mas, Dea Cake and Bakery sama Kampoeng Roti

Dari dua kompetitor tersebut, Perbandingan dari dua kompetitor utama produk roti milik Shafira Cake and Bakery yaitu kampoeng roti dan dea Cake and Bakery tidak terlalu signifikan. Berikut ini perbandingan harga produk roti yang ditawarkan oleh kompetitor Shafura Cake and Bakery.

Tabel 4.14

Harga produk roti loaf kompetitor Shafira Cake and Bakery

| Nama kompetitor | Harga roti loaf |
|------------------------|------------------------|
| Dea Cake and Bakery | Rp.12.000 |
| Kampoeng roti | Rp.9.000 |

Dari tabel 4.14 dapat dilihat bahwa harga yang ditawarkan oleh kompetitor Shafira Cake and Bakery yaitu Dea cake and Bakery dan Kampoeng roti memiliki perbedaan.dengan penjualan produk roti loaf milik Shafira Cake and Bakery seharga Rp.10.000 maka harga roti loaf Dea Cake and Bakery sedikit mahal dan juga produk roti loaf milik Kampoeng Roti, namun untuk Harga roti loaf di Kampoeng roti lebih murah dari Shafira Cake and Bakery

Dari segi kualitas roti loaf penulis melakukan pengamatan secara langsung dengan membeli dan merasakan produk yang di buat oleh dua pesaing Shafira cake and Bakery yaitu Dea Cake and Bakery dan Kampoeng Roti, dari segi rasa roti loaf yang diproduksi oleh Dea Cake and Bakery memiliki tekstur yang lembut dengan rasa coklat yang pas tidak terlalu manis, dan roti loaf yang diproduksi oleh Kampoeng roti, tekstur dari roti yang penulis rasakan tidak terlalu lembut di luar dan dalam roti sama, kemudia rasa terlalu manis pada rasa coklatnya.

Jadi dari hasil pengamatan dua kompetitor tersebut, konsumen menginginkan produk dengan kualitas yang baik namun dengan harga yang terjangkau,kemudia dari segi kualitas produk, dengan harga yang ditawrkan Dea Cake and Bakery yang sedikit mahal dibandingkan kompetitor lain selaras dengan rasa dan

kualitas roti yang di produksi dan untuk roti loaf yang di produksi Kampoeng roti sesuai dengan harga kualitas produl kurang maksimal. Dengan demikian pihak perusahaan Shafira Cake and Bakery akan dihadapkan oleh dua pilihan yaitu tetap mempertahankan harga tersebut dengan kualitas yang baik atau menurunkan harga roti loaf dengan mengubah kualitas produk.

4.2.3.2. Target laba

dari hasil laba rugi yang telah di hitung sebelumnya pihak kepala cabang menginginkan laba dapat naik 2% yang sebelumnya hanya sekitar 29% menjadi 31% dari penjualan produk roti tersebut, seperti yang diungkapkan oleh kepala cabang bahwa

“kalau memang sudah di hitung dan laba nya hanya 29% ya kalau bisa labanya naik lah pelan pelan dulu mungkin 2%, namun kalau di hitung lagi sepertinya sulit untuk bisa naik”

untuk itu penulis memberikan metode target costing sebagai alternative perusahaan dalam menghitung biaya operasionalnya untuk meningkatkan laba yang ingin dicapai perusahaan, hal tersebut akan dibahas pada pembahasan berikutnya

4.2.3.3. Menentukan *target costing*

Witjaksono (2013) menuturkan bahwa *target costing* merupakan suatu system dimana penentuan harga pokok produk merupakan harga yang sesuai dengan yang diinginkan oleh (target)

sebagai suatu dasar dalam penentuan harga jual produk untuk menghasilkan laba yang diinginkan perusahaan, atau dalam penentuan harga pokoknya harus sesuai dengan harga jual yang konsumen mampu untuk membayarnya. Dari penjelasan tersebut maka *target costing* dapat dirumuskan sebagai berikut

$$TC = P - M$$

$$TC = \textit{Target costing}$$

$$P = \text{Harga Jual}$$

$$M = \text{Laba}$$

Pengaplikasikan rumus di Shafira Cake and Bakery

$$TC = \text{Rp.5.350.000} - (31\% \times \text{Rp.5.350.000})$$

$$= \text{Rp.5.350.000} - \text{Rp.1.658.500}$$

$$= \text{Rp. 3.691.500}$$

4.2.3.4. Melakukan metode rekayasa nilai (*value engineering*)

Pada tahap *value engineering*, penulis melakukan efisiensi biaya yang menghambat perusahaan untuk mencapai target laba perusahaan Shafira Cake and Bakery. Oleh sebab itu, penulis akan memberikan alternative yang bisa digunakan untuk perusahaan dalam melakukan efisiensi biaya dengan melakukan hal sebagai berikut :

1. Bahan Baku Langsung

a. Telur

Bahan baku untuk pembuatan roti loaf dan roti lainnya selama ini diperoleh dari supplier yaitu bapak kosim, namun dalam pemesanan telur, bapak kosim tidak mengkonfirmasi lebih dulu akan kenaikan harga telur, ketika bahan baku telah diterima oleh pihak produksi bapak kosim akan mengatakan kenaikan bahan baku tersebut dan perusahaan tetap harus membayar telur 4 peti dengan harga Rp.1.002.000 hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan kepala cabang

“Selama ini permasalahan ada di pembelian telur mas, kami beli di supplier yang juga nyetok bahan lain, tapi supplier ini nggak bilang dulu kalau harganya (telur) naik, jadi kita harus bayar berapa pun harganya saat barangnya datang”

Untuk itu penulis memberikan alternatif cara yaitu dalam pembelian bahan baku telur pihak perusahaan perlu mengurangi pembelian telur pada bapak kosim menjadi 1 peti yaitu seharga Rp.255.00 dan sisa tiga peti diperoleh dari bapak wiji yang merupakan produsen telur di kota malang dengan harga yang lebih murah dan pihak perusahaan mengetahui harga lebih jelas yaitu seharga Rp.742.500.

Berikut selisih perbedaan dengan melakukan rekayasa nilai untuk pembelian telur

Tabel 4.15

Sebelum Rekayasa nilai pembelian telur

| Supplier | Kuantitas | Harga |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Bpk kosim | 4 peti telur | Rp.1.002.000 |
| Total | 4 peti telur | Rp.1.002.000 |

Tabel 4.16

Setelah rekayasa nilai pembelian telur

| Supplier | Kuantitas | Harga |
|--------------|---------------------|-------------------|
| Bpk kosim | 1 peti telur | Rp.255.000 |
| Bpk wiji | 3 peti telur | Rp.742.000 |
| Total | 4 peti telur | Rp.967.500 |

dari tabel diatas mengungkapkan bahwa perusahaan dapat mengurangi biaya pembelian telur sebesar Rp.967.500/ 4 peti

b. Tepung Terigu

Perusahaan dalam membuat 50 roti loaf perusahaan membutuhkan terigu 25 kg, perusahaan membeli tepung dari supplier dengan merek cakra

kembar emas 5 pcs/5 kg dengan harga Rp.279.500 tepung ini merupakan tepung terigu dengan tipe protein tinggi maka dari itu tepung tersebut merupakan bahan baku utama pembuatan roti agar roti menjadi kenyal dan tahan lama. Karena perusahaan membeli tepung per pcs penulis memberikan alternative membeli tepung terigu merek yang sama yaitu Cakra kembar emas dengan berat 25 kg seharga Rp.189.000, penulis memilih memberikan alternatif tersebut dikarenakan lebih praktis dan lebih murah membeli tepung terigu merek bogasai cakra kembar emas , terlebih lagi tepung tersebut merupakan tipe tepung protein tinggi jadi tidak mengubah tekstur dari roti loaf.

Tabel 4.17

Rekayasa nilai pembelian tepung terigu

| Tepug terigu merek cakra emas | Kuantitas | Harga |
|-------------------------------|-----------|------------|
| Sebelum rekayasa nilai | 5 pcs/kg | Rp.279.500 |
| Sesudah rekayasa nilai | 25 kg | Rp.189.000 |

dari tabel diatas perusahaan mengeluarkan biaya yang lebih rendah dengan membeli tepung terigu per kg daripada hanya membeli per pcs.

c. Gula

Gula merupakan salah satu komponen utama dalam membuat roti agar roti terasa manis, banyak sekali merek yang dijual di pasaran. Selama ini Perusahaan memilih menggunakan gula merek rosebrand dalam pembuatan setiap roti. Perusahaan memilih membeli dari supplier sejumlah 5 kg dengan harga Rp.62.500 karena di rasa terlalu mahal untuk membeli di supplier, penulis memberikan alternative membeli sendiri gula tersebut di toko supplier bahan baku Cake and Bakery dengan harga yang sedikit murah yaitu sebesar Rp.12.000/kg hal tersebut dirasa lebih murah karena apabila membeli 5 kg menjadi Rp.60.000.

Tabel 4.18

Rekayasa nilai pembelian gula

| Pembelian | Kuantitas | Harga |
|-----------------|-----------|------------|
| Supplier | 5 kg | Rp. 62.500 |
| Membeli sendiri | 5 kg | Rp.60.000 |

2. Biaya tenaga kerja langsung

Perusahaan memperkerjakan 10 orang tenaga kerja langsung dengan biaya gaji perbulan sebesar

Rp.15.000.000 atau sekitar Rp.500.000 per hari. Untuk melakukan proses produksi sampai dengan melakukan pengemasan, hal tersebut mengakibatkan waktu dalam pembuatan produk menjadi sedikit lama apalagi apabila salah satu tenaga kerja tidak masuk maka pekerja yang lain perlu bekerja ekstra karena tidak ada pembagian proses produksi dan proses pengemasan, karena tidak ada pembagian pekerjaan yang tepat untuk itu penulis menyarankan perusahaan melakukan pembagian bagian pekerjaan yaitu bagian pengemasan. Penambahan maksimal tiga orang untuk bagian pengemasan apabila saran tersebut diterima maka perusahaan perlu melakukan pengurangan tenaga kerja bagian produksi maksimal tiga orang dengan cara penilaian akhir bulan tentang kinerja yang dilakukan oleh karyawan apabila tenaga kerja dinilai tidak memuaskan maka perlu untuk diberhentikan dan mencari tenaga kerja baru atau pekerja bagian produksi yang dinilai kurang maksimal dalam proses produksi roti dapat dipindah tugas ke bagian pengemasan, setelah tenaga kerja bagian produksi di kurangi menjadi total 7 orang perusahaan mengeluarkan biaya gaji sebesar Rp.10.500.00 per bulan, untuk bagian pengemasan penulis menyarankan

perusahaan mengeluarkan biaya gaji sebesar Rp.3.600.000 setiap bulan atau sekitar Rp.120.000/hari untuk total 3 orang.

3. Biaya kemasan

a. Stiker kemasan

Di atas kemasan mika produk roti loaf perusahaan menempelkan stiker produk ukuran 7x7, pihak perusahaan membeli dari percetakan stiker di Surabaya dengan harga Rp.75.000 sudah termasuk ongkos kirim untuk satu paket berisi 100 stiker kemasan. Penulis memberikan masukan untuk memesan stiker di tempat percetakan lain yaitu di percetakan dinoyo digital di jalan Mt haryono, pihak perusahaan dapat memesan stiker ukuran 7x7 dengan harga satu paket isi 25 stiker adalah Rp.16.000 apabila perusahaan membutuhkan 100 stiker maka perlu membeli 4 paket dengan total harga Rp.64.000. dengan melakukan pemesanan pada Dinoyo digital printing maka perusahaan mengeluarkan biaya yang lebih sedikit dengan kualitas yang sama.

Berdasarkan dari uraian di atas maka besarnya biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan Shafira Cake and Bakery dalam membuat 50 roti loaf mengalami perubahan sebagai berikut ini :

1. Biaya bahan baku

Bahan baku yang disarankan oleh penulis adalah telur dengan mengurangi pembeli kepada supplier lama yaitu bapak kosim yaitu satu peti dengan harga Rp.255.00 dan sisa tiga peti membeli pada bapak wiji selaku produsen telur yaitu 3 peti telur dengan harga Rp.742.000 jadi apabila di total maka perusahaan mengeluarkan biaya sebesar Rp.967.500/ 4 peti telur. Bahan baku tepung perusahaan menyarankan membeli tepung merek tepung terigu merek bogasari cakra kembar dengan berat 25 kg seharga Rp.189.000. kemudian yang terakhir adalah penulis menyarankan untuk pembelian bahan baku gula, yang sebelumnya perusahaan membeli dengan merek Rosebrand dengan harga Rp.62.500 untuk 5 kg di ganti dengan pembelian gula Kristal murni premium tanpa merek dengan harga Rp.60.000/ 5kg. jadi biaya bahan baku yang dikeluarkan perusahaan adalah

Tabel 4.19**Daftar biaya bahan baku langsung setelah dilakukan rekayasa nilai**

| Nama produk | Jumlah pembelian | Kebutuhan | Harga |
|-----------------------|------------------|----------------|---------------------|
| Bogasari cakra kembar | 25 kg | 25 kg | Rp.189.000 |
| Tepung segitiga biru | 5 pcs/ 1 kg | 5 kg | Rp.55.000 |
| Mauripan ragi yeast | 500 gr | 500 gr | Rp.32.000 |
| Telur | 4 peti | 50 butir telur | Rp.967.500 |
| Bubuk coklat | 500 gr | 500 gr | Rp.80.000 |
| Fresh milk | 2 kemasan | 2 liter | Rp.44.000 |
| Simas margarin | 2 kardus | 2 kemasan | Rp.360.000 |
| Bakers bonus A | 500 gr | 500 gr | Rp.47.500 |
| Garam merek kapal | 1 kg | 1 kg | Rp.10.000 |
| Gula murni premium | 5 kg | 5 kg | Rp.60.000 |
| Total | | | Rp.1.845.500 |

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung di Shafira Cake and Bakery berjumlah 10 orang, bekerja melakukan proses produksi roti sampai melakukan pengemasan, perusahaan perlu mengeluarkan biaya Rp.15.000.000 perbulan untuk 10 orang tenaga kerja atau 500.000 perhar. Penulis menyarankan mengurangi tenaga kerja untuk membagi bagian pekerjaan yaitu bagian produksi dan bagian pengemasan karena bagian produksi terlalu banyak maka perlu dikurangi tiga orang menjadi 7 tenaga kerja dengan biaya gaji Rp.10.500.000 dan dialihkan ke bagian pengemasan dengan biaya gaji Rp.3.600.000 perbulan atau Rp.120.000 per hari untuk tiga orang, jadi perusahaan perlu untuk mengeluarkan biaya per bulan sebagai berikut.

Tabel 4.20

Biaya gaji tenaga kerja langsung outlite Shafira Cake and Bakery dalam sehari setelah dilakukan rekayasa nilai

| Tenaga Kerja | Jumlah | Gaji/bulan | Total gaji karyawan | gaji per hari karyawan |
|-------------------|--------|--------------|---------------------|------------------------|
| karyawan produksi | 7 | Rp.1.500.000 | Rp.10.500.000 | Rp.350.000 |

| | | | | |
|----------------------------|---|--------------|--------------|------------------------|
| Karyawan bagian pengemasan | 3 | Rp.1.200.000 | Rp.3.600.000 | Rp. 120.000 |
| Total | | | | Rp. 470.000 |

3. Biaya kemasan

Untuk menambah kemasan produk, perusahaan menempelkan stiker di atas kemasan roti loaf ukuran 7x7 dengan harga Rp.75.000 untuk satu paket isi 100 stiker.

Penulis menyarankan untuk membeli stiker ukuran 7x7 dengan harga satu paket isi 25 stiker adalah Rp.16.000 apabila perusahaan membutuhkan 100 stiker maka perlu membeli 4 paket dengan total harga Rp.64.000. jadi biaya pembelian stiker untuk biaya kemasan adalah

Tabel 4.21

Biaya kemasan setelah dilakukan rekyasa nilai

| Nama Bahan | Jumlah |
|----------------|-------------------|
| Mika plastic | Rp .300.000 |
| Stiker kemasan | Rp. 64.000 |
| Total | Rp.364.000 |

4. Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik yang telah dihitung sebelumnya telah mengalami perubahan setelah dilakukannya metode (*value engineering*) pada biaya kemasan. Jadi perubahan biaya *overhead* akan diuraikan sebagai berikut

Tabel 4.22
Biaya *overhead* pabrik setelah *value engineering*

| Jenis biaya | Jumlah |
|-----------------------------------|---------------------|
| Biaya tenaga kerja tidak langsung | Rp.80.000 |
| Biaya Listrik,air, Telepon | Rp.600.000 |
| Biaya kemasan | Rp. 364.000 |
| Total | Rp.1.044.000 |

Berdasarkan dari uraian yang telah dipaparkan diatas, maka diketahui bahwa total biaya *overhead* pabrik setelah dilakukan rekayasa nilai telah mengalami perubahan sebesar Rp.11.000 dari sebelumnya sebesar Rp.1.055.000 menjadi Rp.1.044.000

Dengan demikian apabila perusahaan menerapkan alternative tersebut maka biaya produksi perusahaan akan berubah sebagai berikut

Tabel 4.23

Biaya produksi roti loaf outlite Shafira Cake and Bakery

| | |
|------------------------------|---------------------|
| Bahan baku langsung | Rp.1.845.000 |
| Tenaga kerja langsung | Rp.470.000 |
| Biaya <i>overhead</i> pabrik | Rp.1.044.000 |
| Total | Rp.3.359.000 |

Berdasarkan uraian tentang biaya produksi setelah dilakukan rekayasa nilai pada tabel 4.19, maka perusahaan Shafira Cake and Bakery dalam menghasilkan 50 roti loaf adalah sebesar Rp.3.359.000, total angka tersebut berbeda apabila perusahaan masih menggunakan metode lama untuk menghitung biaya produksi. Berikut adalah rincian biaya produksi dengan metode lama dan *target costing* dalam memproduksi 50 roti loaf:

Tabel 4.24

Selisih biaya produksi menggunakan metode tradisional dan metode *target costing*

| Keterangan | Metode | | Selisih |
|------------|------------------------|-----------------------|---------|
| | Perhitungan Perusahaan | <i>Target costing</i> | |
| BB | Rp.1.972.500 | Rp.1.845.000 | |
| TKL | Rp.500,000 | Rp.470.000 | |
| BOP | Rp.1.055.000 | Rp.1.044.000 | |

| | | | |
|--------------|---------------------|---------------------|------------|
| Total | Rp.3.527.500 | Rp.3.359.000 | Rp.168.000 |
|--------------|---------------------|---------------------|------------|

Berdasarkan tabel 4.20, perbandingan perhitungan biaya produksi menggunakan metode *target costing* dengan perhitungan biaya produksi menggunakan metode yang diterapkan sebelumnya oleh perusahaan menunjukkan selisih sebesar Rp.168.000. selisih tersebut memberikan bukti bahwa metode *target costing* dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan apabila diterapkan dalam perhitungan proses produksi. Selisih tersebut juga dapat berpengaruh pada lab-rugi yang diperoleh perusahaan Shafira Cake and bakery. Berikut ini akan diuraikan selisih dari laba rugi perusahaan sebelum dan sesudah menerapkan metode *target costing* dalam perusahaan jadi apabila di total maka perusahaan hanya perlu untuk mengeluarkan biaya sebesar Rp.967.500/ 4 peti jadi apabila di total maka perusahaan hanya perlu untuk mengeluarkan biaya sebesar Rp.967.500/ 4 peti Shafira Cake and Bakery.

Tabel 4.25

**Perbedaan laba perusahaan sebelum dan sesudah menggunakan metode
*target costing***

| Shafira Cake and bakery Laporan laba rugi Periode 25 september 2019 | | |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| | Sebelum <i>target costing</i> | Sesudah <i>target costing</i> |
| Penjualan | Rp.5.350.000 | Rp.5.350.000 |
| Dikurangi | | |
| Harga Pokok penjualan | Rp.3.527.500 | Rp.3.359.000 |
| Laba kotor atas penjualan | Rp.1.822.500 | Rp.1.991.000 |
| Dikurangi | | |
| Biaya angkut | Rp.200.000 | Rp.200.000 |
| Biaya lembur | Rp.100.000 | Rp.100.000 |
| Laba bersih | Rp.1.522.500 | Rp.1.691.000 |
| Prosentase laba | 29% | 31% |

Berdasarkan tabel 4.21 maka dapat diketahui bahwa apabila perusahaan mengaplikasikan metode *target costing*, pengelola dapat meningkatkan presentase laba sebesar 2% dari laba 29% meningkat menjadi 31% hal tersebut dapat dilakukan apabila perusahaan mengurangi atau menghilangkan biaya yang kurang efektif (*value engenering*) agar laba yang di inginkan perusahaan dapat dicapai.

Mulai dari tabel 4.20 sampai 4.21, apabila perusahaan menerapkan metode *target costing* maka sebelumnya dalam membuat 50 roti loaf perusahaan perlu mengeluarkan biaya sebesar Rp.3.527.500 maka

akan mengalami penurunan biaya produksi sebesar Rp.3.359.000 untuk produksi 50 roti loaf. Sehingga dengan menurunnya tingkat biaya produksi tentu akan dapat merealisasikan laba penjualan yang menjadi target perusahaan sebesar 31% yang sebelumnya hanya sebesar 29% dalam sehari untuk penjualan 50 roti loaf dan roti lainnya.

4.3. Implikasi Penelitian

Dalam jurnal penelitian dengan judul *Target costing : exploring the concept and relation to competitive* yang dilakukan oleh afonso carneiro lima pada tahun 2014 menyatakan bahwa *if then, implements and uses target costing and it to be key to competitive advantage, target cost should push organizational capabilities to align product or service to specific markets demand vehicle to translate market demand (woth responding to) into fuctional product or service are make sure they will aligned to this changing demand over time*. Penjelasan singkatnya bahwa apabila perusahaan mengaplikasikan target costing di kompetisi yang menguntungkan perusahaan, maka perusahaan perlu mendorong kemampuan memproduksi produk yang baik sesuai dengan permintaan pasar agar apabila persaingan semakin tinggi, perusahaan masih dapat bersaing. dalam hasil pembahsan pihak perusahaan tetap mempertahankan kualitas dan kuantitas produk rotinya walaupun dilakukan rekayasa nilai tapi tidak mengurangi kualitas produk yang di buat.

Kemudian jurnal penelitian yang dilakukan oleh prof Suleiman Mustafa El-dalahmeh pada tahun 2018 dengan judul *extent of implementation*

target costing and value engineering approach to reducing cost ; a survey in jordanian food industries mengungkapkan bahwa *there still many companies that do not understand to reduce production cost. This make it difficult for many companies to increase profit and difficult to make competitive with other companies.* Menurut penelitian tersebut masih banyak industry makanan yang tidak menerapkan metode target costing untuk meningkatkan labanya karena kurangnya pengetahuan tentang metode ini. Hal tersebut selaras dengan usaha Shafira Cake and Bakery yang bergerak di industry makanan dalam pembaharuan sebelumnya yang dilakukan pihak perusahaan tidak mengetahui penerapan metode target costing dengan rekayasa nilai karena kurangnya informasi dan pengetahuan dari pihak perusahaan padahal *target costing* dapat meningkatkan laba dengan cara value enggnering atau rekayasa nilai yaitu pengurangan biaya produksi yang tidak efisien.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan hasil penelitian tentang Pengaruh penerapan metode *target costing* terhadap peningkatan laba yang diinginkan perusahaan, menghasilkan hasil yang efektif. Pengaruh yang nyata terhadap penerapan metode *target costing* adalah menciptakan biaya produksi yang efisien, sehingga laba yang diinginkan perusahaan dapat tercapai. Perusahaan Shafira cake and bakery menargetkan laba sebesar 31% untuk setiap penjual roti. Dari perhitungan perhitungan sebelumnya perusahaan hanya mendapatkan laba sebesar 29% untuk penjualan roti dalam sehari dan setelah menerapkan metode *target costing* melalui proses rekayasa nilai perusahaan dapat mencapai laba yang ditargetkan sebesar 31%.

Metode *target costing* dapat digunakan perusahaan untuk mengurangi biaya produksi dalam pembatan 50 roti loaf. Biaya biaya yang dapat di kurangi jumlahnya adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya kemasan yang termasuk dalam biaya *overhead* pabrik dimana angka biaya produksi sebelum menggunakan *Target Costing* perusahaan mengeluarkan biaya produksi perharinya sebesar Rp.3.527.500 setelah *target costing* perusahaan mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp.3.359.000 maka dengan mengaplikasikan *target costing* perusahaan mendapatkan penghematan biaya sebesar Rp.168.000.

Dalam perhitungan sebelumnya apabila perusahaan menggunakan metode *target costing* perusahaan mendapatkan laba sebesar Rp.1.522.500 untuk produksi roti setiap hari dan apabila perusahaan menggunakan metode *target costing* perusahaan dapat menaikkan laba sebesar Rp.1.691.000 untuk setiap produksi roti perharinya.

5.1. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas maka penulis memberikan saran kepada perusahaan Shafira Cake and Bakery untuk menerapkan metode *target costing* sebagai alat untuk mengefesiensikan biaya produksi dan peningkatan laba perusahaan. Perusahaan perlu melakukan perubahan-perubahan untuk efisiensi produksi dengan cara seperti mengurangi biaya pembelian telur di satu supplier dan memilih membeli telur pada pihak produsen, kemudian pembelian bahan baku gula perusahaan mengurangi biaya dengan membeli gula yang sejenis namun lebih murah, untuk tepung terigu perusahaan perlu membeli tepung dengan jumlah banyak daripada membeli dengan per pcs, untuk biaya kemasan perusahaan perlu membeli stiker kemasan pada produsen yang telah disarankan penulis dan terakhir adalah efisiensi biaya gaji tenaga kerja yang terlalu berlebihan di satu bagian dengan melakukan pembagian kerja.

Kemudian saran penulis adalah perusahaan perlu untuk melakukan edukasi tentang pencatatan keuangan pada pihak kepala cabang di outlite

Shafira Cake and Bakery di Jalan Kauman yang lebih baik, mulai dari pencatatan transaksi keuangan sampai dengan menghitung laba rugi. Hal tersebut tentu dapat membantu pemilik usaha dalam mengontrol keuangan di outlite tersebut.

Dengan adanya dua penelitian terdahulu yang diungkapkan sebelumnya perusahaan perlu melakukan penerapan metode target costing pada produksi roti nya dengan menggunakan rekayasa nilai yaitu pengurangan biaya produksi dan tanpa mengurangi kualitas dan kuantitas produk sesuai permintaan pasar agar produk dapat tetap berkompetisi di dalam persaingan yang tinggi dalam waktu lama.

Kemudian untuk penelitian selanjutnya penulis menyarankan untuk dapat menerapkan metode target costing pada objek-objek usaha lainnya atau melakukan variasi-variasi penerapan metode target costing dengan variable yag berbeda atau sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim dan Terjemahan Al-'Araf ayat 85

Al-Qur'an al-Karim dan Terjemahan An-Nissa' ayat 29

Abdullah, Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah, 2012 *Akuntansi Biaya*, Jakarta: Salemba Empat,

Asmuni Mth 2010, "Penetapan Harga dalam Islam: Perpektif Fikih dan Ekonomi" di <http://shariaeconomy.blogspot.com/2010/07/penetapan-harga-dalam-islamperpektif.html>.

Blocher, Edward J, David E. Stout, dan Gary Cokins. 2011. *Manajemen Biaya Penekanan Strategis* Jilid 1 Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.

Bustami, Bastian dan Nurlela. 2013. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hansen, Don. R & Maryanne M. Mowen, Buku 2. 2012. *Akuntansi Manajerial*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

Hadits riwayat Muslim, Ahmad, dan Abu Dawud no. 829

Hadis riwayat Ibnu Majah dan Tirmidzi mengesahkannya no. 830.

Huda, Nurul, et al 2010, *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis*, Kencana: Jakarta.

Horngren, Charles T, Srikant M Datar, dan George Foster. 2013. *Akuntansi Biaya Dengan Penekanan Manajerial* Jilid 2 Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Juwita Rukmi. 2017. *Penerapan Target Costing dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Produk*. Jurnal Kajian Akuntansi, Vol 1: 184-193

Khasanah Roisatul, Raharjo Kharis, Hartono 2017. *Analisis Penerapan Metode Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Untuk Memaksimalkan Laba (Studi Pada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka Di Salatiga Di Tahun 2016)* Jurnal Akuntansi. Fakultas Ekonomika Dana Bisnis Universitas Pandanaran, Semarang.

Khaira Citra, Fitria Epi, Lestari Rini. 2015. *Analisis Penerapan Target Costing Untuk Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada CV Onderhound Company Shoesh And Leather)*, Jurnal Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam, Bandung.

- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2011. 10th Edition. *Marketing an Introduction*. Indonesia: Perason.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Krismiaji. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 2. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN: Yogyakarta.
- Hakim,Lukman, 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonom Islami*, Erlangga : Yogyakarta
- Malue, Jurgen. 2013. *Analisis Penerapan Target Costing sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi pada PT. Celebes Mina Pratama*. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 3, 949-957.
- Mulyadi. 2012. *Akuntansi Biaya*. Akademi Manajemen Perusahaan. YKPN: Yogyakarta.
- Mursyidi. 2010. *Akuntansi Biaya*. cetakan kedua. Refika Aditama: Bandung.
- Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurul Ikhsan Arifin, Karamoy Herman. Kalalo Meily, 2016. *Analisis Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery*, Jurnal Akuntansi Vol 16 No.6.
- Prawironegoro, Darsono, Purwanti, Ari. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Ketiga. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Purwaningsari, Tiah M. 2015. *Analisis Penentuan Harga Jual Berbasis Target Costing Studi Kasus pada CV. Khatara Konstruksi Kraksaan Probolinggo*. Skripsi (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen: Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Samryn. 2012. *Akuntansi Manajerial Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumarsid. 2011. *Pendekatan Metoda Activity Based Costing pada Perencanaan Harga Pokok Produksi untuk Memperoleh keunggulan Bersaing*. Jurnal Manajemen Keuangan dan Akuntansi, Vol.5 No.1 (Maret): 71-90.
- Supriadi, Heri. 2013. *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan*. Skripsi. Universitas Shafirif Hidayatuallah. Jakarta.

Supriyono, R.A.2014. *Akuntansi Biaya Dan Akuntansi Manajemen Untuk Teknologi Maju dan Globalisasi*. Edisi Pertama. BPPE .Universitas Gajahmada. Jogjakarta

Sugiono.2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung

Witjaksono. 2013. *Akuntansi Biaya*. Edisi Revisi. Graha Ilmu: Yogyakarta.

<http://m.timesindonesia.co.id/>, diakses 19 juli 2019 dari <http://m.timesindonesia.co.id/2017/07/kota-malang-juga-kota-kuliner.html>

<http://www.maxmanroe.com/>, diakses 19 juli 2019 dari <http://www.maxmanroe.com/2015/12/Dea-Cake-and-bakery-bisnis-padat-karya-yang-sukses-mewarnai-dunia-kuliner.html>



Lampiran 1

Hasil wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung, dengan kepala cabang, Ibu Shafira Aura Hafidz. Wawancara dilakukan pada tanggal 25 oktober pukul 15:35 WIB bertempat di outlite *Shafira Cake and Bakery* di jalan Kauman no 40 Kota Malang

1. **Kapan dan bagaimana usaha Shafira Cake and Bakery ini berdiri bu?**
“usaha ini mulai berdiri tahun 2001, dulu pertamanya ibu saya (ibu Chorida) hobi suka membuat Kue dan Roti untuk dikonsumsi sendiri. Rasa kue buatan Ibu saya ini enak dan mendapat tanggapan positif dari keluarga, sehingga Ibu dulu inisiatif menitipkan rotinya di toko toko kecil di sekitar rumah, akhirnya karena yang suka banyak mulai lah bangun toko pertama disana (Jalan Raya Nongko Jajar, untuk toko yang di sini (cabang roti Jalan Kauman) buka tahun 2005”
2. **berapa macam produk roti yang di jual di sini dan harganya berapa ?**
“produk yang di jual ada 6 roti dan berbagai macam kue, kalau roti ada Roti chesse cake, marshmellow cake, roti pandan, roti loaf, roti roll coklat sama roti bakery, harganya bisa di lihat sendiri mas”
3. **Sampai saat ini kira kira berapa jumlah roti yang di produksi dalam satu hari? Dan harganya berapa ?**
“kalau saat ini sehari ya kira kira hampir 100-200 produk roti mas yang kita buat semua sesuai pesanan dan kebutuhan prosuksi di outlite, beda dengan dulu mungkin Cuma 60-70 roti yang kita buat selama satu hari”
4. **Bisa diceritakan mulai awal berdiri sampai sekarang bagaimana perusahaan memasarkan produknya ?**
“Awalnya ibu saya memasarkan produknya hanya di sekita sini (Kota Malang dan sekitarnya) dan hanya menerima lewat pemesanan saja, apalagi dulu pesnan paling banyak di daerah Kota jadi akhirnya buka cabang di sini”
5. **Sampai saat ini sudah memiliki berapa cabang bu ?**
“Alhammdulillah sampai saat ini Perusahaan Sudah Memilik 4 Outlite Yaitu Di Jalan Kauman, Batu, kepanjen, trakhir ada di Singosari”
6. **Untuk bahan baku membuat roti perusahaan membeli sendiri atau memesan di supplier bu ?**
“Untuk bahan baku roti kita beli sebagian di supplier dan sebagian lagi membeli di toko khusus roti di belakang Pasar besar mas”

- 7. Berapa jumlah karyawan yang bekerja di sini untuk membuat roti (tenaga kerja langsung) bu ?**
Di sini (outlite Shafira Cake and Bakery jalan Kauman) untuk produksi jumlahnya 10 orang”
- 8. Untuk karyawan produksi system penggajian nya seperti apa bu ?**
“Karyawan produksi satu orang nya selama ini rata rata semua digaji perbulan Rp.1.500.000 mas”
- 9. Kemudian untuk manajemen bagian produksi ada berapa orang ?**
’untuk sementara hanya satu orang mas untuk ngurusi produksi (manajemen produksi), kalau keuangan itu saya yang pegang dan sekaligus mantau juga
- 10. Berapa gaji manajem produksi bu ?**
“gajinya (manajemen produksi), perbulan sekita Rp.2.400.000”
- 11. Untuk kemasan perusahaan membutuhkan apa saja bu ?**
“untuk kemasan kita butuh mika plastik. Itu (mika plastic) beli di pasar, terus ada juga stiker nama perusahaan, kalau untuk stiker kita pesan di printing stiker di surabaya”
- 12. Berapa biaya untuk listrik dan air di sini (outlite Jalan Kauman) bu?**
“listrik disini biasanya dapat tagihan kira kira 600.000 perbulan, untuk air ada mesin pompa
- 13. Berapa biaya lembur yang dikluarkan oleh ibu ?**
“untuk lembur saya keluarkan uang sendiri mas, ya sekitar Rp.100.000 untuk pegawai yang lembur”.
- 14. Berapa biaya angkut yang dikeluarkan oleh perusahaan ?**
“kalau biaya pengiriman roti, perusahaan biasanya keluar uang Rp.200.000 untuk beli solar”
- 15. Bagaimana proses produksi yang dilakukan karyawan untuk membuat roti loaf bu ?**
“kalau produksi kita di mulai dari jam 07:00 sampai pukul 17:00 namun kalau pesanan banyak khususnya hari besar itu pasti anak-anak lembur mas, kalau untuk proses nya silakan di lihat sendiri saja mas,
- 16. Apakah di sini sudah melakukan pencatatan keuangan bu ?**

kalau disini (outlite Jalan Kauman) perhitungan akuntansi secara lengkap belum dilakukan mas, saya hanya mencatat pengeluaran saja, untuk satu hari berapa, nanti di laporkan ke ibu (pemilik perusahaan)”.

17. Bagaimana perusahaan menentukan harga jual produknya ?

“kalau harga jual untuk produk, perusahaan masih lihat harga pasarnya berapa mas, sama lihat pesang kita matok harga berapa nanti dikira kira kita mau jual berapa”

18. berapa pesaing utama perusahaan dan kira kira siapa saja bu ?

ada dua mas, Dea Cake and Bakery sama Kampoeng Roti

19. Setelah saya hitung laba yang di hasilkan oleh perusahaan untuk tanggal 25 oktober adalah Rp.1.522.500 dan presentase laba di angka 29%, bagaimana menurut ibu ?

“kalau memang sudah di hitung dan labanya hanya 29% ya kalau bisa labanya naik lah pelan pelan dulu mungkin 2%, namun kalau di hitung lagi sepertinya sulit untuk bisa naik.”

20. Dalam memproduksi roti loaf kira kira apa permasalahan yang di hadapi oleh perusahaan bu ?

“Selama ini permasalahan ada di pembelian telur mas, kami beli di supplier yang juga nyetok bahan lain, tapi supplier ini nggak bilang dulu kalau harganya (telur) naik, jadi kita harus bayar berapa pun harganya saat barangnya datang”

Lampiran 2 Bukti Penelitian



Gambar 1. Foto bersama kepala cabang



Gambar 2. Proses wawancara dengan kepala cabang



Gambar 3. Foto degan produk roti loaf



Lampiran 3 Bukti Konsultasi

BUKTI KONSULTASI

Nama : Rizqi Wardani
NIM/Jurusan : 15520011
Pembimbing : Hj. Meldona., SE., MM., AK., CA
Judul Skripsi : Analisis Target Costing Dalam Upaya Peningkatan Laba Perusahaan
(Study Pada Shafira Cake and Bakery)

| No | Tanggal | Materi Konsultasi | Tanda Tangan Pembimbing |
|----|-------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1 | 12 Maret 2019 | Pengajuan Outline | 1 |
| 2 | 16 April 2019 | Pengajuan Judul | 2 |
| 3 | 18 April 2019 | Konsultasi BAB I dan II | 3 |
| 4 | 23 April 2019 | Revisi BAB I dan II | 4 |
| 5 | 08 Mei 2019 | Konsultasi BAB III | 5 |
| 6 | 10 Mei 2019 | Revisi Bab III | 6 |
| 7 | 13 Mei 2019 | ACC Proposal | 7 |
| 8 | 06 September 2019 | Seminar Proposal | 8 |
| 9 | 16 September 2019 | ACC Proposal | 9 |
| 10 | 04 November 2019 | Konsultasi BAB IV dan V | 10 |
| 11 | 07 November 2019 | Revisi BAB IV dan V | 11 |
| 12 | 19 November 2019 | Revisi BAB I-V | 12 |
| 13 | 20 November 2019 | ACC Skripsi | 13 |

Malang, 26 November 2019

Mengetahui
Jurusan Akuntansi



Dr. Hj. Nur Wallyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 19730322 200801 2 005

Lampiran 4 Biodata Penulis

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Rizqi Wardani

Tempat, tanggal lahir : Malang, 12 Desember 1996

Alamat Asal : Jl. Sunan Kalijaga No 16 Lowokwaru Dinoyo Malang

Alamat Kos : Jl. .Sunan Kalijaga No 16 Lowokwaru Dinoyo. Malang

Telephone/Hp : 085773041000

E-mail : rizkiwardani996@gmail.com

Pendidikan Formal

2000-2002 : TK Muslimat NU 1

2003-2009 : SDN Dinoyo 2

2009-2012 : SMP Laboratorium UM Malang

2012-2015 : SMA Laboratorium UM Malang

2015-2019 : Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Lampiran 5 Bukti Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME (FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, SE., MSA
NIP : 1976121020091
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Rizqi Wardani
NIM : 15520011
Handphone : 089696885624
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Email : rizkiwardani996@gmail.com
Judul Skripsi : ANALISIS TARGET COSTING DALAM UPAYA PENINGKATAN LABA PERUSAHAAN (STUDY PADA SHAFIRA CAKE AND BAKERY)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

| SIMILARTY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATION | STUDENT PAPER |
|-----------------|------------------|-------------|---------------|
| 19% | 14% | 3% | 17% |

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 November 2019
UP2M


Zuraidah, SE., MSA
NIP. 1976121020091

Lampiran 6 Bukti Surat Balasan Penelitian

SHAFIRA CAKE AND BAKERY
Jl Kauman No 40. Kec Klojen Kota Malang, Jawa Timur

Hal : balasan

Kepada Yth
Ketua jurusan S1 Akuntansi Fakultas ekonomi
Universitas Islam Negeri Malang
Ibu Hj.Nanik Wahyuni, S.E., M.Si., Ak., CA.

Dengan Hormat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shafira Aura Hafidz

Jabatan : Kepala Cabang

Menerangkan bahwa

Nama : Rizqi Wardani

NIM : 15520011

Jurusan : Akuntansi

Universitas : Universitas Islam Negeri Malang (UIN)

Yang bersangkutan telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di toko Shafira Cake and Bakery dengan judul

Analisis Target Costing Dalam Upaya Peningkatan Laba Perusahaan (Study Pada Shafira Cake And Bakery)

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terimakasih

Malang, 12 September 2019

Hormat kami

Kepala cabang Shafira Cake And Bakery



Shafira Aura Hafidz







