

**ANALISIS *TARGET COSTING* SEBAGAI UPAYA  
PENINGKATAN LABA USAHA UNTUK PRODUKSI GETHUK  
PISANG  
(Studi pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri)**

**SKRIPSI**



Oleh  
**AVINDA MARTHA OKTAVIANTRI**  
NIM : 15520122

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2019**

**ANALISIS *TARGET COSTING* SEBAGAI UPAYA  
PENINGKATAN LABA USAHA UNTUK PRODUKSI GETHUK  
PISANG  
(Studi pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)



Oleh

**AVINDA MARTHA OKTAVIANTRI  
NIM : 15520122**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS *TARGET COSTING* SEBAGAI UPAYA  
PENINGKATAN LABA USAHA UNTUK PRODUKSI GETHUK  
PISANG  
(Studi pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri)

SKRIPSI

Oleh

AVINDA MARTHA OKTAVIANTRI  
NIM : 15520122

Telah disetujui 15 November 2019

Dosen Pembimbing,

Hj. Meldona., SE., MM., Ak., CA.  
NIP. 19770702 200604 2 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



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

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**ANALISIS *TARGET COSTING* SEBAGAI UPAYA**  
**PENINGKATAN LABA USAHA UNTUK PRODUKSI GETHUK**  
**PISANG**  
**(Studi pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri)**  
**SKRIPSI**



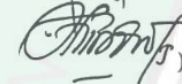
Oleh :  
**AVINDA MARTHA OKTAVIANTRI**  
 NIM : 15520122

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
 dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
 untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)  
 Pada 16 Desember 2019

**Susunan Dewan Penguji**

1. Ketua  
Nawirah, SE., MSA., Ak.  
 NIDT. 19860105 201802012 2 185
2. Dosen Pembimbing / Sekretaris  
Hi. Meldona., SE., MM., Ak., CA.  
 NIP. 19770702 200604 2 001
3. Penguji Utama  
Nina Dwi Setvaningsih, SE., MSA.  
 NIDT. 19751030 20160801 2 048

**Tanda Tangan**

(  )  
 (  )  
 (  )

Disahkan Oleh:  
 Ketua Jurusan,

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

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Avinda Martha Oktaviantri  
NIM : 15520122  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

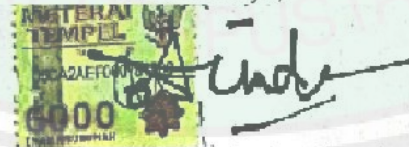
**ANALISIS *TARGET COSTING* SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN LABA USAHA UNTUK PRODUKSI GETHUK PISANG (STUDI PADA *HOME INDUSTRY* GETHUK PISANG SARI MADU KEDIRI)**

Adalah hasil karya sendiri, bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat ddengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 30 November 2019

Hormat saya,



Avinda Martha Oktaviantri

NIM: 15520122

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Sujud syukur kusembahkan kepadaMu Ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan akan menjadi satu langkah awal untuk masa depan dalam meraih cita-cita.

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk kedua orang tua saya, Ibunda dan Ayahanda tercinta. Terima kasih atas limpahan doa yang tak berkesudahan, kasih sayang tiada tara, serta segala hal yang telah kalian lakukan untuk saya. Terima kasih Bu, Yah...

Terima kasih untuk kakak dan adik saya yang selalu mendukung saya. Mas Ferry, Mba Dewin, Mas Roni, Mba Maya, Aura, Atqya, dan Husna. Kalian adalah keluarga juga anugerah yang telah Allah berikan kepada saya.

Terima kasih juga yang tak terhingga kepada sahabat dan teman-teman yang banyak terlibat dalam kehidupan saya dalam menjalani masa-masa sulit kuliah ini. Khususnya Mas Arif, Dilla, Aulia, Badrus, Dina, Nida yang selalu mendengarkan keluh kesah saya.

Tak lupa terima kasih untuk seluruh teman-teman Jurusan Akuntansi 2015, khususnya kalian yang sudah mendahului saya, Sherli, Lia, Sherly dan Anggi. Dan kalian yang telah menemani saya dalam susah dan senang, Fanur, Indah, Silvia.

Dan yang terakhir terima kasih kepada semua pihak yang terlibat. Semoga Allah senantiasa membalas setiap kebaikan kalian. Serta kehidupan kalian semua dimudahkan dan diberkahi, aamiin.....

---

## HALAMAN MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

-QS. Al-Insyrah ayat 5-

Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan

-Ali bin Abi Thalib-

Allah mencintai pekerjaan yang apabila ia menyelesaikannya dengan baik

-HR Thabrani-

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian yang berjudul “Analisis *Target Costing* Sebagai Peningkatan Laba Usaha untuk Produksi Gethuk Pisang (Studi pada *Hone Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri)” dapat terselesaikan.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abd. Haris, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. NurAsnawi, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE, M.Si., Ak., CA, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Hj. Meldona., SE., MM., Ak., CA, selaku Dosen Pembimbing skripsi.
5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ibadan Ayah yang tak henti-hentinya memberikan do'a untuk penulis.

7. Kakak, Adik, dan seluruh keluarga yang selalu member dukungan, khususnya Mas Ferry, Mba Dewin, Mas Roni, Mba Maya, Aura, Atqya, Husna, Andre.
8. Teman dekat dan sahabat saya yang selalu memotivasi saya, khususnya Mas Arif, Dilla, Aulia, Badrus, Dina, Nida.
9. Teman-teman yang telah mendahului mendapatkan gelar S. Akun, khususnya Sherli, Lia, Sherly dan Anggi.
10. Teman-teman seperjuangan yang dalam mengeja gelar S. Akun, khususnya Fanur, Silvia, Indah.
11. Teman-teman Jurusan Akuntansi angkatan 2015 (ACTION 15) yang telah bersama-sama berjuang di bangku kuliah.
12. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bias saya sebutkan satu per satu.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Aamiin yaa robbal 'alamin.

Malang, 30 November 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab)</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Kajian Pustaka .....	11
2.2.1 Akuntansi biaya .....	11
2.2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya .....	11
2.2.1.2 Manfaat Akuntansi Biaya .....	12
2.2.1.3 Tugas Akuntansi Biaya .....	13
2.2.2 <i>Target Costing</i> .....	13
2.2.2.1 Pengertian <i>Target Costing</i> .....	13
2.2.2.2 Konsep dan Prinsip <i>Target Costing</i> .....	14
2.2.2.3 Karakteristik <i>Target Costing</i> .....	16
2.2.2.4 Kelebihan dan Kelemahan <i>Target Costing</i> .....	16
2.2.2.5 Implementasi <i>Target Costing</i> .....	17
2.2.3 Rekayasa Nilai .....	20
2.2.3.1 Pengertian Rekayasa Nilai .....	20
2.2.3.2 Tujuan Rekayasa Nilai .....	21
2.2.3.3 Faktor Penggunaan Rekayasa Nilai .....	22
2.2.4 Biaya .....	22
2.2.4.1 Pengertian Biaya.....	22
2.2.4.2 Klasifikasi Biaya .....	24
2.2.4.3 Pembagian Biaya Produksi .....	27

2.2.5 Penetapan Harga Jual .....	28
2.2.5.1 Pengertian Harga Jual .....	28
2.2.5.2 Tujuan Penetapan Harga Jual .....	28
2.2.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual .....	30
2.2.5.4 Dasar Biaya Penentuan Harga .....	31
2.2.6 Kajian Islam .....	32
2.3 Kerangka Berpikir .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	37
3.2 Lokasi Penelitian .....	37
3.3 Subyek Penelitian .....	38
3.4 Data dan Jenis Data .....	38
3.5 Teknik Pengambilan Data .....	39
3.6 Analisis Data .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	43
4.1.2 Produk <i>Home Industry</i> Gethuk Pisang Sari Madu Kediri .....	45
4.1.3 Ruang Lingkup Pemasaran Gethuk Pisang Sari Madu Kediri .....	46
4.1.4 Bahan Baku Langsung .....	48
4.1.5 Tenaga Kerja Langsung .....	49
4.1.6 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik .....	50
4.1.7 Proses Produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri .....	52
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Rincian Biaya Produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri.....	55
4.2.1.1 Biaya Bahan Baku Langsung .....	55
4.2.1.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung .....	57
4.2.1.3 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik .....	58
4.2.2 Perhitungan Biaya Produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dengan Metode Tradisional.....	61
4.2.3 Penerapan <i>Target Costing</i> pada Produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri .....	63
4.2.3.1 Analisis Harga Pasar .....	64
4.2.3.2 Target Laba .....	66
4.2.3.3 Menentukan <i>Target Costing</i> .....	66
4.2.3.4 Rekayasa Nilai.....	67
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 4.1 Daftar Harga Gethuk Pisang Sari Madu Kediri .....	45
Tabel 4.2 Daftar Bahan Baku Langsung Gethuk Pisang Sari Madu Kediri.....	48
Tabel 4.3 Daftar Karyawan <i>Home Industry</i> Gethuk Pisang Sari Madu Kediri.....	50
Tabel 4.4 Daftar Bahan Penolong <i>Home Industry</i> Gethuk Pisang Sari Madu Kediri	51
Tabel 4.5 Daftar Bahan Kemasan <i>Home Industry</i> Gethuk Pisang Sari Madu Kediri	52
Tabel 4.6 Proses Produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri.....	55
Tabel 4.7 Haasil Penjualan Gethuk Pisang Sari Madu Kediri 12 Agustus 2019 .....	56
Tabel 4.8 Daftar Biaya Bahan Baku Langsung Per Hari .....	56
Tabel 4.9 Daftar Biaya Tenaga Kerja Langsung Per Hari .....	58
Tabel 4.10 Daftar Biaya Bahan Penolong Per Hari.....	59
Tabel 4.11 Daftar Biaya Kemasan Per Hari.....	60
Tabel 4.12 Daftar Biaya Overhead Pabrik Per Hari .....	60
Tabel 4.13 Biaya Produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dengan Metode Perhitungan Tradisional .....	61
Tabel 4.14 Biaya Produksi dengan Metode Perhitungan Tradisional Sesuai dengan Teori .....	62
Tabel 4.15 Laporan Laba Rugi Sebelum <i>Target Costing</i> .....	62
Tabel 4.16 Daftar Harga Gethuk Pisang Pesaing .....	65
Tabel 4.17 Biaya Bahan Baku Langsung Per Hari Setelah dilakukan Rekayasa Nilai .....	69
Tabel 4.18 Biaya Bahan Penolong Per Hari Setelah dilakukan Rekayasa Nilai.....	74
Tabel 4.19 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Per Hari Setelah dilakukan Rekayasa Nilai .....	74
Tabel 4.20 Biaya Produksi Setelah dilakukan Rekayasa Nilai .....	75
Tabel 4.21 Perbedaan Biaya Produksi dengan Metode Tradisional dan Biaya Produksi dengan Metode <i>Target Costing</i> .....	76
Tabel 4.22 Perbandingan Laporan Laba Rugi Sebelum dan Sesudah <i>Target Costing</i> .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	35
Gambar 4.1 <i>Layout Home Industry</i> Gethuk Pisang Sari Madu Kediri .....	71
Gambar 4.2 <i>Layout Home Industry</i> Gethuk Pisang Sari Madu Kediri Setelah diatur Ulang .....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Bukti Konsultasi
- Lampiran 2 Wawancara
- Lampiran 3 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 4 Foto Observasi
- Lampiran 5 Biodata Peneliti



## ABSTRAK

Avinda Martha Oktaviantri. 2019, SKRIPSI. Judul: “Analisis *Target Costing* Sebagai Upaya Peningkatan Laba Usaha Untuk Produksi Gethuk Pisang (Studi pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri)”.

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

Kata Kunci : *target costing*, rekayasa nilai, meningkatkan laba

---

*Target costing* merupakan suatu metode pengelolaan dan perencanaan biaya yang berujung pada rekayasa nilai. Metode tersebut dilakukan dengan cara mendesain ulang biaya yang dikeluarkan agar perusahaan dapat mengoptimalkan laba usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengelola biaya dan mengetahui penerapan metode *target costing* sebagai upaya untuk meningkatkan laba usaha perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Obyek dalam penelitian adalah *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri. Analisis data yang digunakan yaitu dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Dimana pengamatan dilakukan dengan cara mengamati langsung proses produksi gethuk pisang, menganalisis biaya-biaya yang dikeluarkan dan implementasi *target costing* pada *home industry* tersebut.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa metode *target costing* dapat diimplementasikan pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri untuk meningkatkan laba usahanya. Implementasi *target costing* melalui proses rekayasa nilai yang terdiri dari efisiensi biaya bahan baku yaitu pencampuran pisang rajanangka dengan pisang tanduk, efisiensi waktu tenaga kerja yang berdampak pada peningkatan jumlah produksi, perubahan *layout* tempat produksi yang berdampak pada kecepatan proses produksi, serta pembelian gula halus dan garam ke supplier yang lebih murah. Melalui proses tersebut pemilik usaha akan menghemat biaya produksi sebesar Rp. 302.750,- dari Rp. 9.312.600,- menjadi Rp. 9.009.850,- dari penjualan 1.300 gethuk pisang. Dengan penghematan biaya tersebut pemilik usaha mampu mencapai laba usaha yang diinginkan yaitu dari 3% menjadi 6% dari penjualan gethuk pisang.

## ABSTRACT

Avinda Martha Oktaviantri. 2019, *THESIS*. Title: “Target Costing Analysis; An Effort to Increase Operating Profit for Gethuk Pisang Production (Case Study at Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu Kediri).”

*Mentor* : Hj. Meldona., SE., MM., Ak., CA

*Keywords* : target costing, value engineering, increase operating profit

---

---

*Target costing is a method of management and financial planning that the goal is value engineering. Its way of working is replanning cost incurred so that the company can get a maximum profit. The aim of this research is to know cost management and target costing application as an effort to increase a company's operating profit.*

*Research method of this research is qualitative method with descriptive analysis. Research object of this research is Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu Kediri. Data analysis that is used is observation, interview, and document collection to get data that is needed. Researcher observes production of gethuk pisang directly, analyzes costs incurred, and target costing implementation at home industry.*

*The result of this research showed that the target costing method can be implemented at Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu Kediri to increase its profit. Implementation of target costing through the process of value engineering, includes cost efficiency of raw materials, mixing Rajanangka bananas with horn bananas, labor time efficiency which has an impact on increasing the amount of production, changes in the layout of production sites which have an impact on the speed of the production process, as well as purchasing refined sugar and salt from cheaper suppliers. Through that process, the owner will save production costs for about Rp. 302.750,- from Rp. 9.312.600,- to Rp. 9.009.850,- from the sale of 1.300 gethuk pisang. Saving costs helps the owner to get the profit that was wanted from 3% to 6% from gethuk pisang sales.*

## ملخص البحث

أفيدنا مرتا أوكتافيان تري .2019. البحث العنوان "تحليل التكاليف المستهدفة كجهد لزيادة أرباح الاعمال التجارية غتوك فيساع. (دراسة عن الصناعة المنزلية غتوك فيساع ساري مادو كديري)"

المشرفة : ملدونا الماجستير  
الكلمة الرئيسية : تكلفه الهدف ، هندسه القيمة ، زيادة الأرباح

والهدف من التكاليف هو أسلوب أداره التكاليف والتخطيط الذي يؤدي إلى هندسه القيمة. ويتم هذا الأسلوب عن طريق أعاده تصميم النفقات للشركة لتحسين أرباحها التجارية. ويهدف هذا البحث إلى أداره التكاليف ومعرفة تنفيذ الأساليب المستهدفة لتحديد التكاليف كجهد لزيادة الأرباح التجارية للشركة.

يستخدم هذا البحث أسلوب البحث النوعي مع تحليل وصفي. الكائن في البحث هو صناعة المنزلية غتوك فيساع ساري مادو كديري. ويستخدم تحليل البيانات بطريق المراقبة والمقابلة والوثائق للحصول علي البيانات اللازمة. حيث يتم الملاحظة بطريق مراقبة عملية الإنتاج من غتوك فيساع، وتحليل التكاليف المتكبدة وتنفيذ التكلفة المستهدفة في صناعة المنزلية. وأظهرت نتائج الدراسة ان الطريقة المستهدفة لتقدير التكاليف يمكن تنفيذها في الصناعة المنزلية غتوك فيساع ساري مادو كديري لزيادة أرباحها التجارية. تنفيذ التكاليف المستهدفة من خلال عملية هندسه القيمة التي تتألف من كفاءة التكلفة للمواد الخام اي خط الموز ملك ننجك مع قرن الموز، وكفاءه وقت المخاض الذي يؤثر علي زيادة عدد الإنتاج، وتخطيط التغيير مواقع الإنتاج التي لها تأثير علي سرعة عملية الإنتاج، فضلا عن شراء السكر المكرر والملح للموردين أرخص. من خلال عملية أصحاب الاعمال سوف ينفذ تكلفه الإنتاج من 302750 روبية،-من 9312600 روبية ،- إلى 9009850 روبية ،-من بيع الموز 1,300 غتوك الموز. مع أصحاب الاعمال توفير التكاليف قادرون علي تحقيق الربح التجاري المطلوب الذي هو من 3 % إلى 6 % من بيع غتوك فيساع.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kediri merupakan wilayah kota dan kabupaten terbesar ketiga di daerah Jawa Timur setelah Surabaya dan Malang yang juga memiliki sejarah menarik di masa lampau. Kediri memiliki sebuah kerajaan yang cukup terkenal yaitu Kerajaan Kediri. Kerajaan Kediri merupakan Kerajaan Hindu terbesar di Indonesia pada masanya. Pusat Kerajaan Kediri terletak di Kota Daha yang kini pusatnya berada di tengah-tengah Kota Kediri. Untuk mengenang sejarah di masa lampau kini peninggalan-peninggalan dari Kerajaan Kediri tersebut digunakan sebagai tempat wisata berpendidikan dan bersejarah yang juga dapat menambah perekonomian Kediri. Misalnya adanya Museum Airlangga yang memiliki beragam koleksi arca, koleksi prasasti, juga adanya koleksi etnografi peninggalan dari Kerajaan Kediri.

Wisata alam yang dimiliki Kediri juga tidak kalah menarik dan mempesona. Misalnya bagi orang-orang yang suka mendaki pegunungan wajib mendaki Gunung Kelud. Tidak hanya pendaki saja yang dapat menikmati keindahan alam Gunung Kelud. Di sekitar gunung terdapat jalan beraspal yang dapat dilewati kendaraan sehingga siapa saja dapat menikmati keindahan pemandangan tanpa harus mendaki. Tidak jauh dari wisata Gunung Kelud

terdapat Agrowisata Margomulyo Gunung Kelud. Ini merupakan wisata taman dengan keindahan bunga yang cukup membuat mata tekagum-kagum. Di tempat ini wisatawan juga bisa mengetahui sejarah tentang Gunung Kelud. Di lereng Gunung Kelud juga terdapat wisata lain yaitu Kampung Durian (Nanda, 2016).

Monumen Simpang Lima Gumul (SLG) yang letaknya tidak jauh dari pusat kota juga menjadi tujuan para wisatawan. Menurut Sari (2015) SLG ini digadang-gadang sebagai *Paris Van Java* Indonesia yang menyerupai *Arc De Triomphe* yang berada di Paris, Perancis. Dikenal sebagai ikon Kota Kediri, saat ini SLG menjadi pusat perekonomian dan perdagangan baru atau *Central Business District* di Kabupaten Kediri. Jadi diharapkan bisa membuat perekonomian Kediri semakin bertambah maju. Tempat ini juga dilengkapi dengan sarana prasarana seperti Bank Daerah, gedung pertemuan atau *convention hall*, terminal bus antar kota, gedung serbaguna atau *multipurpose*, dan pasar temporer.

Adanya berbagai macam wisata pasti para wisatawan akan mencari oleh-oleh untuk dibawa pulang. Banyak oleh-oleh yang menjadi khas Kediri, salah satunya adalah gethuk pisang. Gethuk pisang ini merupakan gethuk yang bahan dasarnya tidak lain adalah pisang. Gethuk ini berbeda dengan gethuk pada umumnya, baik dari segi bahan, rasa dan penyajiannya. Biasanya gethuk terbuat dari ubi atau singkong, gethuk pisang terbuat dari pisang dengan jenis khusus seperti “raja nangka” sehingga memiliki tekstur dan rasa yang khas dan berbeda.

Gethuk pisang disajikan dalam gulungan daun pisang sehingga memiliki aroma yang khas. Ada juga oleh-oleh yang menjadi khas Kediri selain gethuk pisang yaitu tahu takwa atau tahu kuning, tahu pong, stik tahu, dan keripik bekicot (Muniroh, 2018).

Pusat oleh-oleh di Kediri juga menjadi salah satu pembuka lapangan pekerjaan baru bagi penduduk sekitar. Wali Kota Kediri, Mas Abu (2019) menyampaikan berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistic) bahwa tingkat pengangguran di Kota Kediri berhasil turun dibawah angka pengangguran terbuka Provinsi Jawa Timur sebesar 3,63% yang sebelumnya mencapai angka 3,99%. Capaian tersebut tidak lain berkat dari kerjasama yang baik antara pemerintah dan *skateholder* yang berperan. Dan juga tidak lepas dari beberapa program inovasi seperti pelatihan produksi, penyertaan modal bergulir, pelatihan kerja mandiri serta *Home Industry*.

Permintaan gethuk pisang yang meningkat sebagai oleh-oleh, berdampak pada semakin banyak pula *Home Industry* ataupun UMKM yang bersaing. Secara tidak langsung hal tersebut telah mendorong persaingan antar entitas. Setiap entitas yang ada berupaya untuk meningkatkan mutu produksinya guna mencapai pangsa pasar yang maksimal. Dimana tujuan utama suatu entitas tersebut adalah untuk memperoleh laba semaksimal mungkin.

Perusahaan akan melakukan metode manajemen biaya dan perencanaan laba untuk mendapatkan laba yang maksimal. Metode tersebut di titik beratkan

pada produk dengan mempertimbangkan proses produksi suatu entitas. Untuk menentukan biaya produksi agar mencapai target laba yang diinginkan entitas menggunakan metode *target costing*. Metode *target costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk baru dan kemudian merancang prototipe yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditetapkan.

*Target costing* adalah suatu sistem dimana penentuan harga pokok produksi adalah sesuai dengan yang diinginkan atau ditargetkan sebagai penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan, atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya. Dapat diartikan tujuan dari *target costing* adalah untuk meminimalkan biaya produk agar tingkat keuntungan yang dikehendaki dapat tercapai (Witjaksono, 2013).

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Anugerah, dkk, 2017) yang berjudul Penerapan *Target Costing* dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba dengan hasil yaitu penerapan *target costing* pada Sumber Madu adalah cocok dan baik diterapkan. Penerapan model tersebut dapat meningkatkan laba, sesuai dengan laba yang diharapkan oleh pihak Sumber Madu. Selain itu Sumber Madu juga dapat mengontrol biaya produksi pada produk-produknya dengan baik.

Penelitian tersebut juga menjadi dasar perbandingan penelitian yang penulis lakukan di *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri. *Home*

*Industry* ini merupakan sebuah industri rumahan yang kegiatannya adalah memproduksi gethuk pisang yang berada di daerah Kediri. Tepatnya di Jl. H. Abd. Rochim RT 03 / RW 06, Ngadiloyo, Ngadiluwih, Kediri, Jawa Timur. Industri rumahan ini dikelola oleh Bapak Dimiyati beserta anak dan istrinya. Di dalamnya terdapat 13 karyawan yang memiliki perannya masing-masing dalam produksi gethuk pisang. Penulis tertarik melakukan penelitian di *home industry* ini karena Gethuk Pisang Sari Madu Kediri ini terkenal dengan kualitas dan rasanya yang lezat. Selain itu juga memiliki laba bersih yang besar yaitu kurang lebih sebesar Rp. 27.000.000,- per bulannya. Selama ini *Home Industry* tersebut dalam menentukan harga jualnya belum melakukan perhitungan yang tepat. Mereka dalam menentukan harga masih menggunakan estimasi atau perkiraan harga. Dimana harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga produk dari entitas pesaing yang juga memproduksi gethuk pisang.

Pesaing antar entitas ini dapat membuat *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dalam mencapai keuntungan belum maksimal. Dengan demikian, pentingnya *target costing* yang akan diterapkan pada usaha ini dapat membantu mengelola dalam biaya produksi dan meningkatkan laba usahanya. Terlebih jika menerapkan metode *target costing* *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dapat mengetahui harga pesaing dan mengetahui kemampuan daya beli konsumen. Maka dengan mengetahui hal tersebut pemilik usaha dapat menentukan, merencanakan dan mendesain produk sesuai biaya-biaya yang

ditargetkan sebelumnya, sehingga dalam pelaksanaan produksinya tidak terjadi pembengkakan biaya yang tidak terkontrol.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis *Target Costing* sebagai Upaya Peningkatan Laba Usaha untuk Produksi Gethuk Pisang (Studi pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri)**”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah penulis paparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan *target costing* sebagai upaya peningkatan laba usaha pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil dari penerapan metode *target costing* sebagai upaya peningkatan laba usaha pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikaan manfaat untuk berbagai pihak, antara lain:

#### **1. Manfaat Teoritis**

penelitian ini diharapkn dapat memberikan masukan disiplin ilmu akuntansi, khususnya dalam kajian ilmu akuntansi manajemen biaya, khususnya mengenai metode *target costing*.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Perusahaan Terkait (*Home Industry*)

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan untuk pengelola *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dalam mempertimbangkan kembali biaya-biaya produksi yang akan dikeluarkan.

### b. Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian tentang *target costing* yang telah dilakukan sebelumnya antara lain:

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Arifin, dkk. 2016	Analisis <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery	Kualitatif deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa metode <i>target costing</i> sangat efisien untuk diterapkan dalam perhitungan biaya produksi di mandala bakery, karena berdasarkan hasil perbandingan biaya produksi dan laba kotor yang didapatkan dengan menggunakan <i>target costing</i> dan tanpa <i>target costing</i>
2	Kumalasari. 2016	Penerapan Sistem <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Usaha	Kualitatif deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode ini lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini dan juga ini merupakan alternatif yang baik bagi

				perusahaan untuk menekankan biaya produksinya, dimana dengan penerapan <i>target costing</i> maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya sebesar 25% hingga 30% dari biaya yang dikeluarkan sebelum menggunakan metode <i>target costing</i> .
3	Tamara dan Muanas. 2016	Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor	Kualitatif deskriptif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan penerapan <i>target costing</i> PT. Mercedes-Benz lebih efisien jika dibandingkan dengan menggunakan metode standar yang dilakukan oleh perusahaan, dengan menggunakan <i>target costing</i> ini maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya. Penghematan biaya yang dilakukan pada tahun 2011 sebesar Rp. 7.178.220.000 dan pada tahun 2012 sebesar Rp. 2.289.650.000</p> <p>lalu peningkatan laba kotor pada PT Mercedes-Benz juga lebih meningkat</p>
4	Khasana, dkk. 2017	Analisis Penerapan Metode <i>Target</i>	Kualitatif deskriptif	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dengan

		<i>Costing</i> Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produk Untuk Memaksimalkan Laba		adanya penerapan metode <i>target costing</i> dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi di perusahaan. Perusahaan juga harus lebih meningkatkan pengawasan terhadap pengeluaran biaya-biaya produksi maupun non produksi.
5	Anugerah, dkk. 2017	Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba	Kualitatif deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan <i>target costing</i> pada sumber madu adalah cocok dan baik diterapkan. Penerapan model tersebut dapat meningkatkan laba, sesuai dengan laba yang diharapkan oleh pihak sumber madu. Selain itu sumber madu juga dapat mengontrol biaya produksi pada produk-produknya dengan baik.

Sumber : Data diolah Penulis

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan diatas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang akan dilakukan sekarang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan *target costing* sebagai metode analisis. Sedangkan Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, terletak pada periode rentang waktu

penelitiannya, tempat penelitiannya dan juga teori-teori yang dipakai pada kajian pustakanya.

Peneliti juga menyimpulkan bahwa penerapan metode *target costing* dalam upaya meningkatkan efisiensi biaya produk untuk memaksimalkan laba merupakan lebih efisien dibandingkan jika menggunakan metode standar atau metode tradisional.

## **2.2 Kajian Pustaka**

### **2.2.1 Akuntansi Biaya**

#### **2.2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya adalah suatu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis, serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya. Awal munculnya akuntansi hanya ditujukan untuk penentuan harga pokok produk atau jasa yang dihasilkan, akan tetapi dengan semakin pentingnya biaya non produksi, yaitu biaya pemasaran dan administrasi umum, akuntansi biaya saat ini ditujukan untuk menyajikan informasi biaya bagi manajemen baik biaya produksi maupun non produksi. Oleh sebab itu akuntansi biaya dapat digunakan pada perusahaan manufaktur maupun non manufaktur (Supriyono, 2013).

Bustami dan Nurlela (2006) mengemukakan bahwa akuntansi biaya merupakan suatu bidang akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan melaporkan tentang informasi biaya yang digunakan.

Disamping itu akuntansi biaya juga membahas tentang penentuan harga pokok dari suatu produk yang diproduksi dan dijual di pasar baik guna memenuhi keinginan pemesan maupun menjadi persediaan barang dagangan yang dijual.

### **2.2.1.2 Manfaat Akuntansi Biaya**

Manfaat atau tujuan akuntansi biaya yaitu memberikan suatu informasi yang dibutuhkan manajemen dalam mengelola perusahaan (Supriyono,2013). Informasi-informasi yang dimaksudkan adalah informasi yang bermanfaat untuk:

1. Perencanaan dan pengendalian biaya.
2. Penentu harga pokok produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan.
3. Pengambilan keputusan oleh manajemen.

Akuntansi biaya dibutuhkan oleh perusahaan baik yang berorientasi pada laba atau perusahaan nirlaba. Semua perusahaan mempunyai kebutuhan dalam informasi biaya, dan informasi biaya tersebut dapat ditemukan dalam akuntansi biaya. Akuntansi biaya digunakan untuk pelaporan kepada pihak internal dan tujuan ekseternal perusahaan. Untuk tujuan internal perusahaan dapat digunakan dalam pengambilan keputusan oleh manajemen dan mengevaluasi kinerja masing-masing divisi dalam perusahaan. Sedangkan untuk tujuan kepada pihak eksternal perusahaan dapat digunakan untuk pelaporan hasil usaha kepada pihak investor (Bustami dan Nurlela, 2006).

### 2.2.1.3 Tugas Akuntansi Biaya

Tugas akuntansi biaya biasanya dilaksanakan oleh bagian akuntansi biaya (Supriyono, 2013). Secara terperinci adalah sebagai berikut:

1. Menyusun laporan biaya.
2. Berpartisipasi dalam penyusunan budget.
3. Mengembangkan sistem biaya dalam penentuan harga pokok.
4. Menetapkan metode dan prosedur pengendalian dan perbaikan operasi serta program pengurangan biaya.
5. Menyediakan data biaya yang diperlukan untuk perencanaan dan pengendalian kegiatan.
6. Menyediakan data biaya untuk pengambilan keputusan sehari-hari atau proyek khusus yang memerlukan pemilihan alternative yang harus diambil.

### 2.2.2 Target Costing

#### 2.2.2.1 Pengertian *Target Costing*

*Target costing* merupakan penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar yang kompetitif, dengan demikian perusahaan memperoleh laba yang diharapkan. Melalui *target costing* dapat diketahui beberapa besar selisih biaya yang dianggarkan dengan biaya yang terjadi yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai keuntungan

(Kumalasari, 2016). Tamara dan Muanas (2013) mengemukakan bahwa *target costing* merupakan suatu metode penentuan biaya produk atau jasa yang didasarkan pada harga yang diperkirakan dapat diterima oleh konsumen. Jadi tujuan utama dari metode *target costing* untuk meminimalkan biaya karena jika *target costing* telah tercapai maka suatu *target cost* yang baru lebih rendah ditentukan.

Witjaksono (2013) mengungkapkan bahwa *target costing* adalah suatu sistem dimana penentuan harga pokok produksi adalah sesuai dengan yang ditargetkan atau diinginkan sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan mendapatkan keuntungan sesuai yang diinginkan atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya.

Perusahaan menetapkan *target costing* yang dianggap sesuai dengan keadaan pasar, menentukan laba atau keuntungan yang diharapkan, kemudian menentukan harga jual suatu produk kepada konsumen. Setelah mendapat *target costing* selanjutnya perlu adanya perekayasa nilai yang bertujuan untuk mendesain ulang komponen biaya, memperbaiki rancangan dan menemukan cara produksi yang lebih efektif dan efisien (Mulyadi, 2010).

#### **2.2.2.2 Konsep dan Prinsip *Target costing***

Konsep dari *target costing* tidak hanya menentukan target biaya saja, akan tetapi termasuk bagaimana cara mencapai biaya dan mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan dari konsumen

(Widilestariningtyas, 2012). Tahapan-tahapan dari *target costing* adalah proses manajemen bisnis yang ditetapkan sebagai siklus hidup suatu produk.

Rudianto (2013) mengemukakan bahwa dalam melakukan *target costing* ada tiga prinsip utama, yaitu:

1. Harga jual mendahului biaya

Metode *target costing* menetapkan target biaya dengan cara mengurangi laba usaha yang diharapkan dari persaingan harga pasar. Harga pasar ini dikuasai oleh kondisi pasar sedangkan target laba disesuaikan dengan situasi keuangan perusahaan atau entitas.

2. Fokus pada pelanggan

*Target costing* ini dikuasai oleh pasar, dengan demikian persyaratannya yaitu ditentukan pelanggan dari segi kualitas, biaya dan waktu suatu produk yang dihasilkan. Target biaya tidak boleh diraih dengan mengorbankan tampilan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, menurunkan kualitas produk atau menunda pendistribusian produk di pasaran.

3. Fokus pada desain

Desain produk sangat berpengaruh terhadap metode *target costing* ini, sebab menjadi kunci manajemen biaya. Suatu entitas menghabiskan waktu lebih banyak pada tahap desain.

### 2.2.2.3 Karakteristik *Target costing*

Rudianto (2013) mengemukakan bahwa *target costing* merupakan metode penentuan biaya produksi dimana suatu entitas menentukan biaya produksi dahulu yang dikeluarkan sesuai dengan harga pasar yang kompetitif sehingga entitas tersebut memperoleh laba yang diharapkan. *Target costing* juga memiliki beberapa karakteristik yaitu:

1. *Target costing* digunakan pada tahap perencanaan dan desain.

*Target costing* lebih banyak digunakan sebagai tahap perencanaan dan desain. Tidak sama halnya dengan *standart costing* yang digunakan dalam tahap produksi.

2. *Target costing* merupakan perencanaan biaya yang berujung pada pengurangan biaya bukan pengendalian biaya.
3. *Target costing* lebih cocok digunakan pada perusahaan yang membuat keberanekaragaman dibandingkan dengan produksi yang terus menerus.
4. *Target costing* digunakan untuk pengendalian spesifikasi desain dan teknik produksi. Oleh sebab itu, *target costing* lebih berorientasi pada teknik dan manajemen.

### 2.2.2.4 Kelebihan dan Kelemahan *Target costing*

*Target costing* mempunyai kelebihan yaitu bagus diterapkan pada produksi barang yang memenuhi target kompetisi yang tinggi dipasaran. sedangkan kelemahannya yaitu membutuhkan waktu yang lama untuk melakukan riset perancangan produk-produk, jika tidak dilakukan dengan

time table yang ketat, dapat kewalahan dalam menghadapi inflasi jangka panjang dan laju perubahan *time value money*. Proses yang dianggap panjang ini akan berdampak pada waktu dan tenaga kerja yang besar (Tamara dan Muanas, 2013).

#### **2.2.2.5 Implementasi *Target costing***

Sebuah manajemen suatu perusahaan apabila ingin menggunakan metode *target costing* harus memahami metode tersebut secara baik dan memperhatikan beberapa langkah yang dibutuhkan untuk mengimplementasikannya. Mulyadi (2010) mengungkapkan bahwa metode *target costing* dapat diaplikasikan dalam perusahaan yang memiliki serangkaian fase yang harus dilalui oleh perusahaan yaitu:

1. Menentukan harga jual yang kompetitif

Terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan oleh manajemen untuk menentukan harga pokok seperti seperti harga pokok pesaing, daya beli konsumen, kondisi perekonomian secara umum, nilai tukar rupiah dan lain sebagainya. Faktor-faktor tersebut saling berhubungan satu dengan lainnya dalam menentukan tingkat permintaan terhadap produk sebuah perusahaan. Di sisi lain, tingkat penawaran produk secara keseluruhan akan berpengaruh terhadap mekanisme pasar itu sendiri. Pertemuan antara tingkat permintaan dan tingkat penawaran akan berpengaruh langsung pada harga jual produk sebuah perusahaan.

## 2. Menentukan laba yang diharapkan

Setelah menetapkan harga jual produk dengan mempertimbangkan mekanisme pasar yang berlangsung, perusahaan menentukan harga jual dengan cara harga jual menentukan produk per unit. Penentuan harga jual produk per unit ini dipengaruhi oleh beberapa hal. Seperti *market share* atau pangsa pasar yang ingin dicapai, volume atau tingkat yang direncanakan, tingkat pertumbuhan yang ingin diraih oleh perusahaan dan lain sebagainya. Dari berbagai poin itu mempengaruhi secara langsung terhadap laba per unit produk dalam perusahaan yang ingin menentukan laba yang diharapkan. Laba suatu entitas dapat diketahui melalui laporan laba rugi. Dari laporan laba rugi tersebut dapat dihitung perkiraan presentasi laba yang di dapatkan. Berikut formula yang digunakan untuk menghitung presentase laba rugi:

$$\text{Presentase laba} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}} \times 100 \%$$

Sumber: Mulyadi (2010)

Dari formula tersebut suatu entitas dapat memperkirakan target laba yang ingin ditingkatkan. Misalnya dari perhitungan menggunakan formula di atas didapatkan presentase laba sebesar 3%, maka perusahaan akan menaikkan labanya di atas presentase tersebut. Misalnya dinaikkan menjadi sebesar 5%, maka perusahaan tersebut naik sejumlah 2% dalam peningkatan laba usahanya.

### 3. Menetapkan target biaya atau *target costing*

Perusahaan dapat menentukan tingkat biaya yang ditetapkan untuk menghasilkan produk yang diinginkan berdasarkan harga jual yang sudah ditentukan dikurangi dengan laba per unit produk yang diharapkan. Harga jual yang ditetapkan hendaknya mewakili harga pasar yang menjadi hal penting dalam bersaing. *Target costing* diartikan sebagai sistem dimana penentuan harga produk sesuai dengan target yang diharapkan sebagai dasar penentuan harga jual untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Atau juga dapat diartikan penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela untuk membayarnya (Witjaksono, 2013). Berdasarkan artian tersebut maka *target costing* dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$TC = P - M$$

Keterangan:

TC = *Target Costing*

P = *Price* (Harga Jual)

M = Laba

#### 4. Melakukan rekayasa nilai

Rekayasa nilai adalah semua upaya yang dianggap perlu untuk memodifikasi perusahaan dengan biaya yang lebih rendah yang tetap disertai upaya memberikan nilai dan kualitas yang optimal kepada konsumen. Rekayasa nilai ini mencakup upaya mengidentifikasi berbagai cara yang dapat digunakan untuk menurunkan biaya produksi dengan cara menganalisis *trade-off* antara lain:

- a) Biaya produk total
- b) Jenis dan tingkat yang berbeda dalam fungsionalitas produk

### 2.2.3 Rekayasa Nilai

#### 2.2.3.1 Pengertian Rekayasa Nilai

Sucipto dan Subagyo (2015) mengemukakan bahwa rekayasa nilai mulai berkembang pada Perang Dunia II ketika terjadi krisis sumber daya sehingga memerlukan suatu perubahan dalam metode, material dan desain tradisional. Banyak dari perubahan ini telah menghasilkan prestasi yang unggul dengan biaya yang lebih rendah.

Rekayasa nilai atau *value engineering* merupakan suatu usaha yang terorganisasi secara sistematis dan mengaplikasikan suatu teknik yang telah diakui, yaitu teknik identifikasi fungsi produk atau jasa yang bertujuan memenuhi fungsi yang diperlukan dengan harga yang paling ekonomis atau harga terendah. Rekayasa nilai juga memiliki beberapa kemampuan yang

dapat dipakai sebagai alat *value analysis*. Kemampuan tersebut biasa disebut dengan unsure-unsur utama dari *value engineering* yaitu sebagai berikut:

- a) Penentuan harga untuk *value*
- b) *Functional approach*
- c) *Life cycle costing* atau biaya hidup
- d) Rencana kerja rekayasa nilai
- e) Mempertahankan dan menetapkan *value engineering*
- f) Kreativitas
- g) Kebiasaan, penghalang dan sikap

Rekayasa nilai ini dapat disimpulkan dengan suatu usaha yang terorganisir yang diarahkan dengan tujuan untuk mencapai fungsi yang diperlukan dengan biaya yang serendah-rendahnya, namun masih sesuai dengan batasan fungsional dan teknik yang berlaku sehingga dapat menghasilkan kualitas yang baik.

#### **2.2.3.2 Tujuan Rekayasa Nilai**

Tujuan dari rekayasa nilai atau *value engineering* ini adalah untuk dapat dilakukan penghematan biaya tanpa mengurangi kualitas atau mutu serta fungsi yang dapat digunakan secara optimal dan efisien (Sucipto dan Subagyo 2015). Jadi dapat dikatakan juga bahwa tujuan dari rekayasa nilai ini adalah memisahkan dan membedakan antara yang diperlukan dan tidak diperlukan. Dimana dapat dikembangkan alternatif yang memenuhi keperluan

dengan biaya terendah tetapi kinerjanya tetap sama atau bahkan lebih baik. Diharapkan dengan adanya penerapan teknik ini dapat diperoleh penghematan dengan memperhatikan beberapa aspek yakni:

1. Penghematan biaya
2. Penghematan waktu
3. Penghematan bahan

### **2.2.3.3 Faktor Penggunaan Rekayasa Nilai**

Syahrizal (2004) mengemukakan bahwa faktor-faktor penggunaan rekayasa nilai adalah sebagai berikut:

1. Tersedianya data perencanaan
2. Keterbatasan material
3. Biaya awal
4. Penyesuaian terhadap standar
5. Persyaratan operasional dan perawatan
6. Dampak terhadap pengguna

## **2.2.4 Biaya**

### **2.2.4.1 Pengertian Biaya**

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan Mulyadi (2014) mengemukakan bahwa biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk

memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat sekarang atau masa yang akan datang.

Biaya atau *cost* adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya, dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca (Bustami dan Nurlela, 2006). Contoh:

1. Persediaan produk dalam proses.
2. Persediaan produk selesai.
3. Supplies atau aktiva yang belum digunakan.

Dapat ditarik kesimpulan dari pengertian di atas bahwa biaya adalah pengorbanan ekonomi yang berguna untuk memperoleh barang atau jasa yang diukur dalam satuan nilai mata uang. Terdapat empat unsur penting dalam pengertian biaya yakni:

1. Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi.
2. Yang diukur dalam satuan uang.
3. Telah terjadi atau akan terjadi.
4. Pengorbanan untuk mencapai tujuan tertentu.

#### 2.2.4.2 Klasifikasi Biaya

Mulyadi (2014) mengemukakan bahwa beberapa pengklasifikasian biaya yang sering dilakukan adalah sebagai berikut:

##### 1. Penggolongan Biaya atas Dasar Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Terdapat tiga fungsi pokok biaya yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, serta fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu biaya dapat dibedakan menjadi:

###### a. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Biaya ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku tersebut yang diolah dalam proses produksi. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang dapat diidentifikasi secara langsung terhadap produk tertentu. Sedangkan biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

###### b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya pendalaman dinas, biaya gaji manajer pemasaran dan lain-lain.

c. Biaya Administrasi Dan Umum

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan kegiatan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya telepon, biaya peralatan kantor dan lain-lain.

2. Penggolongan Biaya Menurut Perilaku dalam Hubungannya dengan Volume Kegiatan

Penggolongan biaya menurut perilaku dalam hubungannya dengan volume kegiatan merupakan penggolongan biaya sesuai dengan aktivitas perusahaan terutama untuk tujuan perencanaan, pengendalian serta pengembangan keputusan. Berdasarkan perilakunya terhadap kegiatan perusahaan biaya dapat dikelompokkan menjadi:

a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya dalam kisaran perubahan volume kegiatan tertentu. Karakteristik biaya tetap adalah:

- 1) biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak terpengaruh oleh perubahan volume kegiatan sampai dengan tingkat tertentu.
- 2) Pada biaya tetap, biaya persatuan akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan. Semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah kegiatan persatuan.

b. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Semakin tinggi volume kegiatan maka semakin tinggi pula biaya variable. Karakteristik biaya variable adalah biaya persatuan dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan. Elemen biaya variable ini terdiri atas:

- 1) biaya bahan baku
- 2) biaya tenaga kerja langsung dibayar per buah produk atau per jam
- 3) biaya overhead pabrik variable
- 4) biaya pemasaran variabel

c. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang mempunyai unsur tetap dan variabel di dalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah minimal untuk menyediakan produk dan jasa. Sedangkan unsure variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh kegiatan. Karakteristik biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan. Akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding. Biaya akan berbanding terbalik dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan.

### 2.2.4.3 Pembagian Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang ada untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual (Widilestariningtyas, 2012).

Secara umum biaya produksi dibagi menjadi:

1. Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang membentuk bagian integral dari suatu produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produksi.

2. Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang kegiatannya adalah melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik biasanya disebut juga sebagai biaya *overhead* manufaktur. Biaya ini terdiri dari semua biaya yang tidak ditelusuri secara langsung ke *output* tertentu. Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya yang timbul akibat pemakaian fasilitas untuk mengolah barang berupa mesin, alat-alat dan pembantu lainnya.

## **2.2.5 Penetapan Harga Jual**

### **2.2.5.1 Pengertian Harga Jual**

Harga harga jual adalah total moneter atau berhubungan dengan uang yang dibebankan oleh sebuah perusahaan kepada pembeli atau pelanggan atas barang dan jasa yang dijual (Supriono, 2013).

Harga jual menurut Mulyadi (2014) adalah harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark-up*.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh unit usaha kepada konsumennya atau produk atau jasa yang didistribusikan atau dijual. Harapannya adalah harga jual yang dibebankan dapat menutupi biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan dapat menghasilkan laba yang diinginkan suatu perusahaan. Penentuan harga jual yang dibebankan atas produk atau jasa yang dijual harus tepat dan sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang dipasarkan. Dan juga harga jual harus memberikan nilai lebih atau kepuasan pada konsumen.

### **2.2.5.2 Tujuan Penetapan Harga Jual**

Penetapan harga jual bagi perusahaan sangatlah penting guna menentukan tujuan yang hendak dicapainya. Dengan adanya tujuan ini bisa memberikan arah dalam kebijakan yang di ambil oleh suatu perusahaan.

Tujuan penetapan harga jual adalah untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan laba, pengembangan produksi produk, serta memperluas target pemasaran.

Sedangkan Widilestariningtyas (2012) mengungkapkan bahwa tujuan dari penetapan harga jual adalah sebagai berikut:

1. Pencapaian Penghasilan atas Invesatasi

Keuntungan dari investasi biasanya telah ditetapkan presentasenya dan untuk mencapainya dibutuhkan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkan.

2. Kestabilan Harga

Menstabilkan harga biasanya dilakukan karena perusahaan kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian harga ditujukan terutama bagi mencegah terjadinya perang ats harga itu sendiri. Khususnya apabila menghadapi permintaan yang sedang terjadi penurunan.

3. Mempertahankan Bagian dari Pasar

Jika perusahaan sudah memiliki pangsa pasar yang menyebar , perusahaan itu harus mempertahankan bahkan sampai meningkatkannya. Dengan demikian dalam penetapan harga ini jangan sampai merugikan kegiatan bisnis.

#### 4. Mengahdapi Maupun Mencegah Persaingan

Apabila sebuah perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuannya adalah mengetahui dari harga berapa mereka akan menetapkan penjualannya. Ini berarti perusahaan belum memiliki tujuan dalam menetapkan harga coba-coba tersebut.

#### 5. Penetapan Harga sebagai Pemaksimalan Harga

Tujuan ini biasanya merupakan patokan setiap perusahaan untuk bias bertahan, karena setiap bisnis dalam perusahaan pastilah memerlukan laba.

### **2.2.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual**

Dalam mencapai tujuan-tujuan dari penentuan harga jual ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan. Salah satunya adalah mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi harga jual itu sendiri. Widilestariningtyas (2012) mengungkapkan bahwa faktor-faktor tersebut adalah:

#### 1. Faktor Biaya

Faktor biaya disini adalah tingkat biaya tetap dan variable, efektivitas penggunaan modal, pembebanan biaya bersama pada setiap jenis-jenis produk.

## 2. Faktor Produk

Faktor produk ini cukup realitis dimana kekayaan produk mengenakan tingkat harga yang diinginkan.

## 3. Faktor dari Luar

Yang dimaksud faktor dari luar yaitu elastisitas permintaan, target pasar, dan juga tingkat persaingan

## 4. Laba yang Diinginkan

Kaitannya dengan jumlah laba, penetapan harga harus mempertimbangkan cukupnya pengendalian modal psuatu perusahaan.

### **2.2.5.4 Dasar Biaya Penentuan Harga**

Penggolongan biaya dalam menentukan harga jual suatu produk dibagi menjadi tiga golongan, yaitu:

#### 1. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk pengolahan bahan baku menjadi bahan jadi dan siap untuk dipasarkan. Macam-macam biaya produksi adalah:

##### a. Biaya bahan baku

Ini merupakan unsur paling pokok dalam proses produksi, dan dapat langsung dibebankan kepada harga pokok barang yang diproduksi.

b. Biaya tenaga kerja

Biaya ini merupakan salah konversi biaya untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya tenaga kerja dibagi menjadi biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung.

c. Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan unsur biaya yang produksi selain biaya bahan bakun langsung dan biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan selama proses produksi, biasanya pengumpulan biaya ini baru dapat diketahui setelah barang pesana selesai diproduksi.

2. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran yaitu biaya yang terjadi untuk melakukan kegiatan pemasaran produk. Contohnya seperti biaya iklan. Biaya promosi dan lain sebagainya.

3. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya ini adalah biaya yang terjadi untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran.

### 2.2.6 Kajian Islam

Islam merupakan agama yang banyak mengajarkan berbagai macam nilai yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Begitu juga dengan kitabnya yakni Al Qur'an, dalam Al Qur'an terdapat berbagai macam nilai yang dapat digunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Khususnya juga dalam bermuamalah seperti adanya tauhid, amanah, mashlahah, shiddiiq, qanaah, dan

lain sebagainya. Seperti halnya dalam surat An-Nisa ayat 29 tentang bermuamalah yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
 أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Dalam ayat tersebut menerangkan hukum transaksi secara global, khususnya perdagangan, bisnis dan jual beli. Sudah dijelaskan dalam ayat ini bahwa Allah telah mengharamkan orang yang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, harta orang lain dengan cara ataupun jalan yang salah. Boleh melakukan transaksi dengan cara bermuamalah atau bertransaksi terhadap harta orang lain dengan rasa ridho, ikhlas, juga suka sama suka. Dalam ayat ini pun Allah telah melarang adanya bunuh diri, baik itu saling bunuh ataupun membunuh diri sendiri. Dan Allah telah menjelaskan semuanya ini merupakan bentuk kasih sayang kepada para hambanya karena Allah adalah Maha Pengasih.

Dalam hadist lain Rasulullah bersabda, “pedagang yang jujur, yang amanah, dinanti di akhirat kedudukannya bersama para nabi, para shidiqin dan para syuhada” (HR. Ad-Duruqudni)

Dalam hadist tersebut Rasulullah telah mengajarkan prinsip-prinsip bisnis yang benar. Sehingga apabila seorang pedagang mengamalkannya maka akan sukses dan barokah bisnisnya. Sama halnya dengan surat Al-A'raf ayat 85 yaitu:

وَالِى مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ قَدْ جَاءَتْكُمْ بَيِّنَةٌ مِنْ رَبِّكُمْ فَاقْتَرُوا  
الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ  
مُؤْمِنِينَ

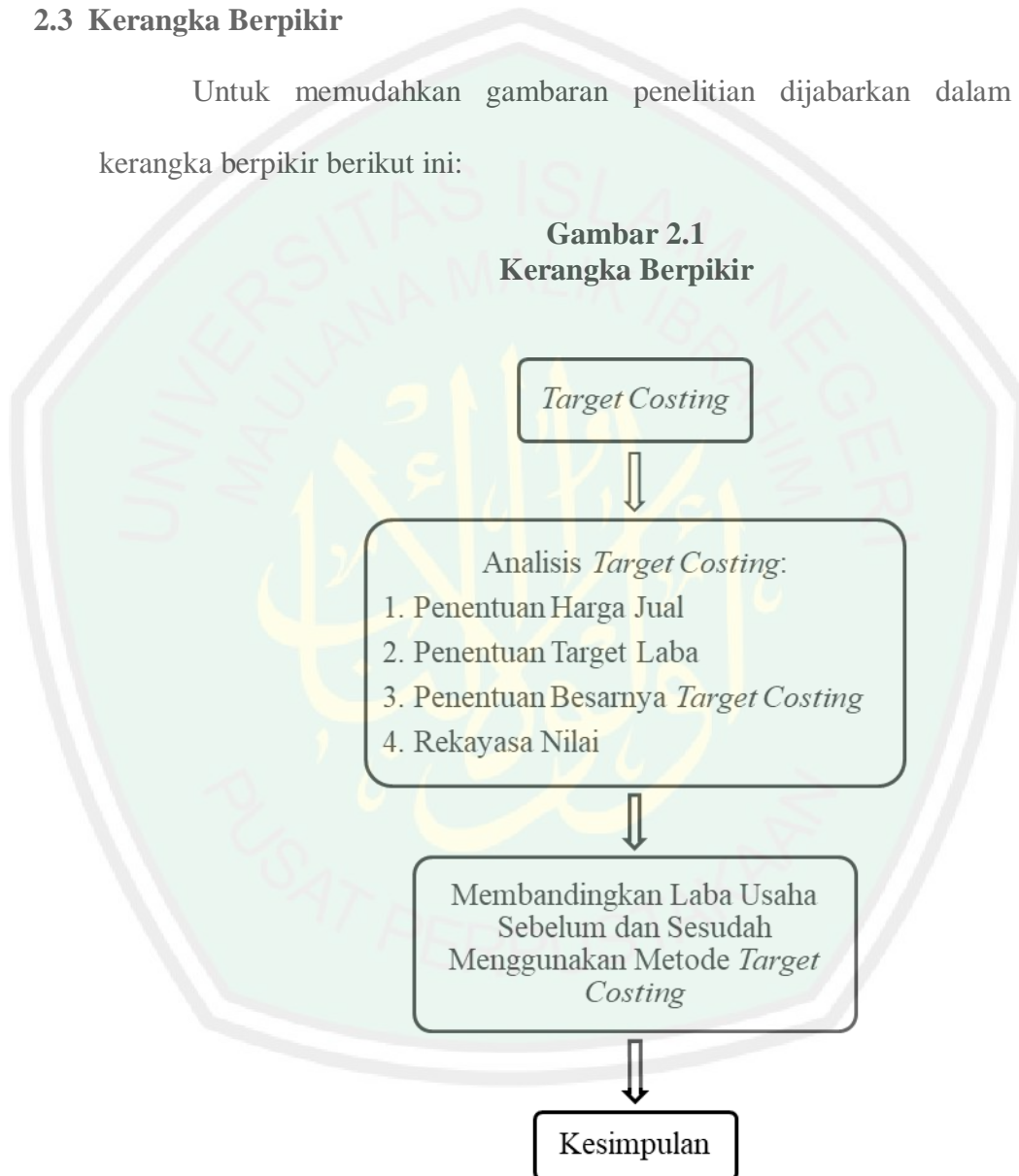
Artinya: “Dan (kami telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan saudara mereka, Syuaib. Ia berkata: “Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan 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 Al-Qur'an telah disebutkan 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 kenikmatan 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.

### 2.3 Kerangka Berpikir

Untuk memudahkan gambaran penelitian dijabarkan dalam skema kerangka berpikir berikut ini:



Dari skema tersebut dapat diketahui bagaimana tahapan-tahapan penelitian yang akan dilakukan. Pertama dengan menjabarkan definisi dari *target*

*costing*. Lalu memulai penelitian dengan 4 tahapan analisis *target costing*. Kemudian mendapatkan hasil dari membandingkan laba penjualan sebelum dan sesudah menerapkan *target costing*. Dan yang terakhir memberikan hasil akhir atau kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis Penelitian Ini dapat diklasifikasikan kedalam penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. (Nazir, 2011)

#### 3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di sebuah *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri di Jl. H. Abd. Rochim RT 03 / RW 06, Ngadiloyo, Ngadiluwih, Kediri, Jawa Timur.

Obyek dalam penelitian ini adalah mengenai penetapan biaya produksi untuk meningkatkan laba usaha pada produksi gethuk pisang dengan menggunakan metode *target costing*. *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dipilih karena usaha ini memiliki pangsa pasar yang cukup tinggi. Terbukti dari laba bersih perbulannya adalah kurang lebih sebesar Rp. 27.000.000,-.

### 3.3 Subyek Penelitian

Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri yaitu Pak Dimyati selaku pemilik *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri, Mas Luqman selaku karyawan *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri, juga Mbak Yeni selaku karyawan Pusat Oleh-Oleh Kediri.

Untuk menambah informasi-informasi produksi yang dibutuhkan, peneliti juga membutuhkan informasi dari karyawan-karyawan yang bertugas dalam proses produksi gethuk pisang.

### 3.4 Data dan Jenis Data

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

Data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Data primer dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara langsung dengan Pak Dimyati selaku pemilik *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri, Mas Luqman selaku karyawan *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri, juga Mbak Yeni selaku karyawan Pusat Oleh-Oleh Kediri.

1. Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh dari *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri baik berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja

dan overhead pabrik serta informasi tertulis dari pihak lain dalam kaitannya dengan pembahasan skripsi.

### 3.5 Teknik Pengambilan Data

Untuk bisa mendapatkan data, maka dibutuhkan teknik pengumpulan data agar bukti atau fakta yang diperoleh berfungsi sebagai data objektif dan tidak terjadi penyimpangan data sebenarnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan obeservasi, wawancara, dan dokumentasi.

- a. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mendapatkan data yang menyangkut kondisi dan posisi perusahaan, struktur organisasi, aktivitas perusahaan dan sejarah perusahaan. (Sugiyono, 2017). Disini peneliti akan melakukan pengamatan secara langsung terhadap proses produksi gethuk pisang.
- b. Wawancara, yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2017). Disini peneliti akan melakukan wawancara yang bertujuan menggali informasi-informasi yang dibutuhkan dengan pemilik *home industry* maupun dengan karyawan yang terlibat dalam proses produksi gethuk pisang.
- c. Dokumentasi, di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan , notulen rapat, catatan harian, dll. (Sugiyono,2017). Disini peneliti

akan membutuhkan informasi tentang dokumen-dokumen yang dibutuhkan, seperti daftar pembelian biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik., dan lain-lain.

### 3.6 Analisis Data

Analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian (Sugiyono, 2017). Setelah diperoleh data yang berhubungan dengan permasalahan yang ada, maka data tersebut akan dianalisis melalui tahapan sebagai berikut:

#### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan membuang yang tidak perlu. (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini akan melakukan pengamatan langsung untuk melihat proses produksi dari awal hingga akhir. Dikarenakan pada *Home Industry* ini tidak mempunyai laporan keuangan yang sesuai dengan akuntansi yang berlaku umum maka data didapat dengan bertanya langsung kepada pemilik *home industry* kemudian mencatat informasi yang diperlukan untuk melengkapi data.

#### 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data.

- a. Tahap pertama, melakukan analisa proses produksi, hal ini dilakukan agar dapat memahami proses produksi secara menyeluruh akan produk yang dianalisa dengan harapan lebih akuratnya pembagian komponen biaya dalam perhitungan selanjutnya.
- b. Selanjutnya melakukan analisa harga, terdiri dari harga yang berlaku saat ini di *home industry* tersebut.
- c. *Implementasi target costing* , dilakukan dengan cara:
  - 1) Menentukan target harga jual produk dengan melihat harga pasar dan daya beli konsumen.
  - 2) Menentukan target laba yang diharapkan oleh perusahaan.
  - 3) Menentukan besarnya *target costing*.

$$\text{Target Costing} = \text{Harga Jual} - \text{Laba}$$

- 4) Melakukan rekayasa nilai, yaitu pengurangan biaya produksi. Dengan adanya rekayasa nilai diharapkan dapat menurunkan biaya variabel per *unit* produksi.
  - d. Melakukan perbandingan antara laba awal yang diperoleh perusahaan dengan laba setelah implementasi *target costing*.
3. Penarikan Kesimpulan (*Conslusion Drawing / Verification*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal adalah bersifat sementara, dan

akan berubah apabila ditemukan bukti-bukti yang kuat. Tetapi apabila kesimpulan yang ditemukan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang ditemukan merupakan kesimpulan yang kredibel atau terpercaya (Sugiyono, 2017).

Dalam tahapan ini semua data yang didapat akan disimpulkan dengan mengacu kepada data yang diperoleh di lapangan. Dari kesimpulan yang telah ada dapat dijadikan masukan atau pertimbangan bagi pemilik *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dalam upaya meningkatkan laba usahanya.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Sejarah Perusahaan

*Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri merupakan satu diantara usaha produksi gethuk pisang yang menjadi khas Kediri, tempatnya terletak di Jl. H. Abd.Rochim RT 03 / RW 06, Ngadiloyo, Ngadiluwih, Kediri. *Home Industry* ini didirikan sejak tahun 2004 oleh pemiliknya yaitu Pak Dimiyati. Awal mula mendirikan usaha ini adalah dengan trik coba-coba dimana pemilik mendapatkan cara mengolah gethuk pisang dari saudaranya yang berdomisili di wilayah Mojo, Kediri. Dengan pengalaman yang diperoleh, Pak Dimiyati pertama kali mencoba membuat gethuk pisang dengan takaran-takaran yang beliau ciptakan yaitu sebesar panci kukus kecil.

Gethuk pisang yang siap konsumsi tersebut pertama kali dititipkan di toko-toko yang berada di Kota Kediri. Respon pembeli saat itu sangat positif, dimana mereka menyukai rasa gethuk pisang yang khas buatan Pak Dimiyati. Secara tidak langsung, gethuk pisang tersebut banyak peminatnya dan permintaan akan gethuk pisang juga semakin bertambah. Kemudian beliau pun membuat gethuk pisang lebih banyak.

Permintaan gethuk pisang yang semakin meningkat membuat rekan Pak Dimiyati memberi saran bahwa gethuk pisang tersebut sebaiknya dititipkan di Ramayana cabang Surabaya, Sidoarjo dan Malang. Akan tetapi untuk dapat masuk ke *departemen store* tersebut tidak mudah karena produk yang dijual harus memiliki P-IRT dan BPOM. Semua persyaratan yang dibutuhkan akhirnya diurus agar dapat masuk ke pangsa pasar yang lebih luas.

Lima tahun berjalan menekuni usahanya menitipkan gethuk pisang di Ramayana Surabaya, Sidoarjo dan Malang, Pak Dimiyati lebih memilih vakum dan lebih fokus pendistribusian gethuk pisang di wilayah Kediri dan sekitarnya. Beliau pun mencari info dimana saja akan menitipkan produknya tersebut. Akhirnya gethuk pisang dititipkan di berbagai toko mulai dari pusat oleh-oleh Kediri yang berada di daerah Klenteng, Patimura, Gurah, Pare, Ngebrak- Kertosono, Jombang, Nganjuk dan lain-lain. Rasa gethuk yang khas juga membuat pemilik ruko sekaligus kerabat di daerah Pandaan tertarik untuk menjual gethuk pisang buatan Pak Dimiyati dalam tiga tahun terakhir ini dan menjadi pelanggan tetap.

Saat ini usaha yang dikelola Pak Dimiyati dapat memproduksi gethuk pisang sebanyak 800 sampai dengan 1000 bungkus setiap harinya dengan peralatan yang lebih banyak dari sebelumnya dan sudah memiliki karyawan sebanyak 13 orang. Permintaan akan gethuk pisang bisa sangat membeludak ketika hari raya yaitu mencapai 1500 bungkus setiap harinya. Selama proses mengembangkan usahanya pemilik pasti selalu dihadapkan dengan berbagai

masalah seperti harga bahan baku yang fluktuatif. Selain itu persaingan antar entitas juga menjadi tugas baru untuk menjaga kualitas produknya agar tidak mengecewakan dan menjaga kepuasan pelanggannya.

#### 4.1.2 Produk *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri

Gethuk pisang memiliki rasa pisang dan bentuk yang khas yakni dibungkus menggunakan gulungan daun pisang sedemikian rupa. Saat ini karena permintaan pasar yang bermacam terdapat dua varian gethuk pisang yaitu gethuk kecil dengan kemasan kurang lebih 20 gram dan gethuk besar dengan kemasan 250 gram. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Pak Dimiyati saat wawancara pada tanggal 12 Agustus 2019 yaitu:

*“Jenis gethuk pisang di saya ini Mbak bikin dua jenis. Ukuran yang kecil 20 gram sama ukuran yang besar 250 gram. Tapi kalau ada pesanan sesuai yang dimau sama pemesan bisa dibikin.”*

Berikut daftar harga dari Gethuk Pisang Sari Madu Kediri:

**Tabel 4.1**  
**Daftar Harga Gethuk Pisang Sari Madu Kediri**

Jenis	Harga
Gethuk kecil ( 20 gram )	Rp. 2.000,-
Gethuk besar ( 250 gram )	Rp. 8.000,-

**Sumber: Hasil Wawancara**

Dalam sehari *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri memproduksi gethuk pisang sebanyak 800 sampai dengan 1500 bungkus.

### 4.1.3 Ruang Lingkup Pemasaran Gethuk Pisang Sari Madu Kediri

Gethuk pisang yang diproduksi ini telah dipasarkan di daerah Kediri dan sekitarnya. Awalnya Pak Dimiyati selaku pemilik mengirimkan sendiri gethuk pisangnya ke Ramayana cabang Surabaya, Sidoarjo dan Malang dengan menaiki bus. Karena mungkin dirasa cukup lelah dan menghabiskan tenaga akhirnya gethuk pisang dipasarkan ke berbagai toko mulai dari pusat oleh-oleh yang berada di daerah Klenteng Kediri dan di Jalan Pattimura Kediri. Selain itu beliau juga memasarkan di sekitar Kediri antara lain:

1. Gurah
2. Pare
3. Ngebrak-Kertosono
4. Jombang
5. Nganjuk
6. Dan lain-lain

Rasa gethuk pisang yang khas juga membuat pemilik ruko sekaligus kerabat di daerah Pandaan tertarik untuk menjual gethuk pisang buatan Pak Dimiyati dalam tiga tahun terakhir ini dan menjadi pelanggan tetap. Sama halnya yang sudah dijelaskan oleh Pak Dimiyati saat wawancara pada tanggal 12 Agustus 2019 yaitu:

*“Nah di Kediri ini awalnya cuma punya satu atau dua toko dengan sistem titip, Mbak. Tidak lama kemudian saya mencari dan tanya-tanya mulai dari pusat oleh-oleh Kediri yang berada di daerah Klenteng, Patimura, Gurah, Pare, Ngebrak- Kertosono, Jombang, Nganjuk dan lain-lain. Dan akhirnya saya pun punya pelanggan tetap*

*sampai sekarang ini. Ditambah saya punya saudara juga yang memiliki ruko di Pandaan yang menjadi pelanggan tetap kurang lebih selama tiga tahun ini. Yang saya agak kesal ada orang yang membuat akun di Shopee dan menjualnya tanpa izin saya.”*

Pengiriman gethuk pisang ke berbagai toko dilakukan secara langsung oleh Pak Dimiyati dan anaknya serta salah satu karyawan yang jadwalnya bergantian untuk membantu mengangkut dan menurunkan produknya.

Lokasi pemasaran yang semakin luas dan tentunya permintaan semakin banyak membuat jumlah konsumen yang dimiliki pemilik *home industry* juga ikut bertambah. Hal itu dijadikan sebagai acuan bahwa perhatian terpenting terletak pada bagaimana caranya agar konsumen selalu setia dengan produk Gethuk Pisang Sari Madu Kediri.

Strategi yang dilakukan oleh Pak Dimiyati untuk menjaga kesetiaan pelanggannya adalah mengutamakan kepuasan konsumen dengan cara menjaga dan tidak mengurangi kualitas, kuantitas serta cita rasa gethuk pisang itu sendiri. Selain itu kritik dan saran dari para pelanggan ataupun konsumen sangat dibutuhkan yang berguna sebagai masukan agar lebih meningkatkan mutu produknya. Strategi ini digunakan oleh pemilik usaha tidak lain untuk menjaga pelanggan dan konsumennya tidak beralih ke produsen lain, tetapi juga digunakan untuk jumlah permintaan akan gethuk pisang yang dipasarkan serta untuk melihat kondisi pasar yang terjadi.

#### 4.1.4 Bahan Baku Langsung

Bahan baku langsung merupakan bahan utama yang digunakan untuk menghasilkan produk dalam usahanya. Dalam memproduksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri, bahan baku langsung yang digunakan adalah pisang. Tidak semua jenis pisang yang dapat dijadikan bahan utama, melainkan jenis pisang rajanangka dan pisang byar sebagai bahan campuran.

Bahan baku pisang ini dibeli dan dikirim langsung dari Lumajang dan Malang. Jenis pisang rajanangka juga memiliki tingkatan yaitu *grade A*, *grade B* dan *grade C*. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Pak Dimiyati saat wawancara pada tanggal 12 Agustus 2019 yaitu:

*“Bahan utamanya yang jelas itu pisang ya Mbak. Jenis pisangnya pisang rajanangka. “Pisang rajanangka ini langsung dikirim dari Lumajang dan Malang. Ada pisang dengan grade A, grade B, dan grade C. tingkatan pisang ini dikelompokkan sesuai ukuran pisangnya Mbak, jadi kalo grade A itu pisangnya yang paling besar dan panjang-panjang begitu seterusnya. Ada juga pisang tambahan atau pengganti yang digunakan yaitu jenis pisang tanduk.”*

**Tabel 4.2**  
**Daftar Bahan Baku Langsung Gethuk Pisang Sari Madu Kediri**

Jenis Pisang	Pengelompokkan
Pisang Rajanangka	<i>Grade A</i>
	<i>Grade B</i>
	<i>Grade C</i>
Pisang Tanduk	Bahan baku pengganti atau tambahan

**Sumber:** Hasil Wawancara

#### 4.1.5 Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung adalah karyawan atau pekerja yang berperan langsung dalam proses pembuatan atau produksi. *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri memiliki 13 orang karyawan. Dimana memiliki bagian-bagian sendiri diantaranya yaitu 3 orang karyawan di bagian mengupas pisang, 2 karyawan di bagian memotong, 5 orang karyawan di bagian pengolahan dan 3 orang di bagian *packing*. Salah satu karyawan laki-laki akan digilir bergantian untuk ikut dalam membantu mengangkat dan menurunkan dalam pemasaran gethuk pisang itu sendiri. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Pak Dimiyati saat wawancara pada tanggal 12 Agustus 2019 yaitu:

*“Disini ada 13 orang karyawan Mbak. 3 orang karyawan di bagian mengupas pisang, 2 karyawan di bagian memotong, 5 orang karyawan di bagian pengolahan dan 3 orang di bagian packing.”*

Jadwal produksi atau jadwal kerja karyawan yaitu dimulai dari hari Rabu sampai hari Senin, dan libur pada hari Selasa. Sistem upah atau penggajian yang digunakan yaitu sesuai jadwal hari masuk kerjanya. Dimana jam kerjanya yaitu 10 jam per hari di hari biasa dan 12 jam per hari pada hari libur. Berikut tabel daftar karyawan *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri:

**Tabel 4.3**  
**Daftar Karyawan *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri**

<b>Bagian Karyawan</b>	<b>Jumlah Karyawan</b>
Bagian Pengupasan	3 orang
Bagian Pemotongan	2 orang
Bagian Pengolahan	5 orang
Bagian <i>Packing</i>	3 orang

**Sumber:** Hasil Wawancara

#### **4.1.6 Biaya *Overhead* Pabrik**

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan selama proses produksi sampai menghasilkan produk baru. Dalam biaya *overhead* pabrik ini meliputi beberapa biaya antara lain:

1. Biaya bahan penolong
2. Biaya tenaga kerja tidak langsung
3. Biaya reparasi dan pemeliharaan
4. Biaya atas revaluasi aset tetap
5. Dan lain-lain

Biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan oleh *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri diantaranya yaitu:

##### **a. Biaya Bahan Penolong**

Biaya ini merupakan biaya pendukung bahan baku utama untuk menghasilkan produk baru. Bahan penolong yang dibutuhkan untuk

memproduksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri terdiri dari bahan-bahan berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Daftar Bahan Penolong *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri**

No	Nama Bahan
1.	Gula Bubuk atau Gula Halus
2.	Penyedap (Vanili)
3.	Garam
4.	Gas Elpiji 3 kg

**Sumber:** Hasil Wawancara

b. Biaya Listrik, Telepon dan Air

Kebutuhan lain yang diperlukan untuk menunjang berlangsungnya sebuah produksi yaitu adanya listrik, air dan telepon. Biaya listrik, air dan telepon yang digunakan dalam proses produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri masih menjadi satu dengan rumah pemilik usaha, hal ini disebabkan karena usaha ini masih dalam tingkat industry rumahan atau biasa disebut *home industry*.

c. Biaya Angkut

Biaya angkut adalah pengeluaran untuk proses pemasaran produk sebuah usaha. Biaya angkut yang dikeluarkan oleh *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri adalah untuk pembelian bahan bakar dan juga upah angkut untuk karyawan dalam per hari selama pemasaran atau pengiriman gethuk pisang kepada pelanggan.

#### d. Biaya Kemasan

Biaya kemasan yakni biaya yang dikeluarkan guna melengkapi dan mempercantik produk sebelum dipasarkan kepada pelanggan ataupun konsumen. Biaya kemasan yang dikeluarkan *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Daftar Bahan Kemasan *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri**

No	Nama Bahan Kemasan
1.	Daun Pisang Kepok
2	Lidi
3	<i>Sticker</i>

**Sumber:** Hasil Wawancara

#### 4.1.7 Proses Produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri

*Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri memproduksi gethuk pisang berdasarkan permintaan pasar dan jumlah pesanan dari pelanggan tetap. Dalam sehari dapat memproduksi 800 sampai dengan 1500 bungkus gethuk pisang. Proses produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dimulai sejak pukul 05.00 sampai pukul 13.00 pada hari Senin, Rabu, Kamis dan Jum'at. Sedangkan hari Sabtu dan Minggu proses produksinya semakin lama karena di akhir pekan biasanya permintaan pasar semakin melonjak. Libur untuk karyawan yaitu pada hari Selasa. Tetapi ada beberapa karyawan yang bertugas sampai malam untuk menjaga perapian saat mengukus gethuk pisang. Berbeda

juga dengan mendekati hari raya, karyawan bias juga tidak ada hari libur karena pesanan yang sangat banyak.

Proses produksi gethuk pisang diawali dengan mengupas kulit pisang yang dilakukan oleh 4 orang karyawan. Pisang yang sudah dikupas lalu dipotong-potong untuk mempermudah proses selanjutnya dan dimasukkan ke dalam wadah tong. Kemudian pisang yang sudah dipotong tersebut dikukus dan dimasukkan ke dalam dandang atau panci pengukus khusus produksi yang ukurannya cukup besar yaitu tingginya sepadan dengan berdirinya orang dewasa. Dalam proses mengukus ini memakan waktu yang cukup lama yaitu mulai dari 8 jam sampai semalaman agar tercipta warna merah alami dari gethuk pisang yang menjadi khas *home industry* ini. Alasan mengapa pengukusannya lama yaitu karena bahan-bahan yang digunakan semua alami dan tidak ada campuran bahan pengawet, maka dari itu gethuk pisang ini hanya bertahan paling lama lima hari.

Adonan gethuk pisang yang sudah dikukus tersebut kemudian diangkat dan dimasukkan ke dalam wadah tong. Dalam sehari biasa memproduksi sepuluh sampai dengan lima belas tong adonan gethuk pisang. Masih dalam keadaan panas adonan tersebut diberi bumbu-bumbu. Setiap tong takaran gula halusnya adalah dua sampai tiga sendok makan, takaran garamnya adalah ujung sendok makan, dan takaran penyedap menggunakan penyedap vanili adalah satu sendok teh. Agar adonan tercampur

sempurna dengan bumbu-bumbu dilakukan tahap pencampuran dengan menggunakan *mixer* khusus.

Adonan yang telah tercampur selanjutnya ditimbang sesuai ukuran. Gethuk pisang ukuran kecil ditimbang seberat 2 ons atau 20 gram, sedangkan gethuk pisang berukuran besar ditimbang seberat 25 ons atau 250 gram. Proses berlanjut yaitu tahap membungkus gethuk pisang dengan cara digulung dengan menggunakan daun pisang kepok. Sebelumnya daun pisang dipanaskan lebih dahulu dengan api agar lentur dan mudah dibentuk. Pada saat membungkus daun pisang agak di putar agar bungkusannya terasa rapat dan tidak goyah. Perkat agar semakin rapat yaitu menggunakan lidi yang ditusuk di sisi kanan dan kiri bungkus daun pisang. Setelah ditusuk dengan lidi, bagian sisa daun di tiap sisinya dipotong dan dirapihkan dengan menggunakan gunting. Tahap terakhir dalam proses produksi yakni pemberian *sticker* di bagian tengah agar mempercantik tampilan Gethuk Pisang Sari Madu Kediri. Untuk memudahkan gambaran proses produksi dijabarkan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.6**  
**Proses Produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri**

No.	Bagian	Tahapan Proses Produksi
1.	Bagian Pengupasan	Pisang dikupas kulitnya hingga bersih
2.	Bagian Pemotongan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pisang dipotong-potong</li> <li>2. Pisang dimasukkan ke dalam wadah tong</li> </ol>
3.	Bagian Pengolahan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengukusan</li> <li>2. Pengangkatan</li> <li>3. Pencampuran atau <i>Mixer</i></li> </ol>
4.	Bagian <i>Packing</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penimbangan</li> <li>2. Pembungkusan</li> <li>3. Dirapatkan dengan lidi</li> <li>4. Ujungnya dirapihkan dengan gunting</li> <li>5. Pemberian <i>sticker</i></li> </ol>

Sumber: Data diolah Penulis

## 4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

### 4.2.1 Rincian Biaya Produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri

#### 4.2.1.1 Biaya Bahan Baku Langsung

Berdasarkan data-data yang didapatkan melalui wawancara dengan pemilik usaha yaitu pada hari Senin tanggal 12 Agustus 2019 penjualan gethuk pisang mencapai 1.300 bungkus yaitu 1.150 bungkus besar dan 150 bungkus kecil. Bahan baku langsung yang digunakan untuk memproduksi 1.300 bungkus gethuk pisang yaitu 100 tandan pisang rajanangka. Hal ini

seperti yang disampaikan oleh Bapak Dimiyati saat wawancara pada tanggal 12 Agustus 2019 yaitu:

*“Biasanya sehari itu bisa produksi gethuk pisang 800 sampai dengan 1.500 bungkus, Mbak. Apalagi kalo ada hari-hari besar seperti Hari Raya Idul Fitri kami sampai kewalahan karena banyak sekali pesanan yang masuk bisa sampai dua kali lipat dari biasanya. Ya tapi kalo hari ini ya Mbak... produksi gethuk pisang yang kecil itu 150 bungkus, sedangkan gethuk pisang yang besar sekitar 1.150 an Mbak.”*

**Tabel 4.7**  
**Hasil Penjualan Gethuk Pisang Sari Madu Kediri**  
**12 Agustus 2019**

Jenis Gethuk	Penjualan	Harga	Total
Gethuk Kecil (20 gram)	150	Rp. 2.000,-	Rp. 300.000,-
Gethuk Besar (250 gram)	1.150	Rp. 8.000,-	Rp. 9.200.000,-
<b>Total</b>			<b>Rp. 9.500.000,-</b>

Sumber: Data diolah Penulis

Dimana rincian harga pisang sesuai *grade* dan rincian bahan baku langsung yang dikeluarkan dalam memproduksi gethuk pisang dalam sehari seperti berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Daftar Biaya Bahan Baku Langsung Per Hari**

Jenis Pisang	Jumlah	Harga	Jumlah
<i>Grade A</i>	20	Rp. 120.000,-	Rp. 2.400.000,-
<i>Grade B</i>	30	Rp. 85.000,-	Rp. 2.550.000,-
<i>Grade C</i>	50	Rp. 65.000,-	Rp. 3.250.000,-
<b>Total</b>			<b>Rp. 8.200.000,-</b>

Sumber: Data diolah Penulis

Dari 100 tundun pisang rajanangka diperoleh dari 20 tundun pisang *grade* A dengan harga Rp. 2.400.000,-, 30 pisang *grade* B dengan harga Rp. 2.550.000,- dan 50 pisang *grade* C dengan harga Rp. 3.250.000,-. Jadi dalam sehari untuk memproduksi gethuk pisang, biaya bahan baku langsung yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 8.200.000,-.

#### 4.2.1.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung

*Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri memiliki 13 karyawan. Dimana terdapat 3 orang karyawan di bagian mengupas pisang, 2 karyawan di bagian memotong, 5 orang karyawan di bagian pengolahan dan 3 orang di bagian *packing*. Menurut hasil pengamatan penulis gaji semua karyawannya sama rata, pada hari biasa yaitu hari Senin, Rabu, Kamis dan Jum'at memperoleh gaji sebesar Rp. 50.000,- per hari, sedangkan pada hari libur yaitu hari Sabtu dan Minggu memperoleh gaji sebesar Rp. 75.000,- per hari. Sama halnya dengan yang dijelaskan oleh Pak Dimiyati saat wawancara pada tanggal 12 Agustus 2019 yaitu:

*“Disini proses produksi diliburkan pada hari Selasa. Dimana pada Hari Senin, Rabu, Kamis dan Jum’at gaji yang dikeluarkan untuk tiap orang sebesar Rp. 50.000,-. Sedangkan untuk Sabtu dan Minggu yang proses produksinya lebih lama digaji sebesar Rp. 75.000,-.”*

Berikut daftar gaji karyawan *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri:

**Tabel 4.9**  
**Daftar Biaya Tenaga Kerja Langsung Per Hari**

<b>Jam Kerja</b>	<b>Gaji</b>	<b>Jumlah Karyawan</b>	<b>Jumlah Gaji</b>
Hari Biasa	Rp. 50.000,-	13 orang	Rp. 650.000,-
Hari Libur	Rp. 75.000,-	13 orang	Rp. 975.000,-

Sumber: Data diolah Penulis

Karyawan pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri mendapat gaji yang berbeda berdasarkan jam kerja sesuai hari yang sudah ditentukan. Yakni masing-masing karyawan memperoleh gaji sebesar Rp. 50.000,- pada hari biasa dan sebesar Rp. 75.000,- pada hari libur. Hal ini juga diperkuat saat penulis melakukan wawancara dengan salah satu karyawan yaitu Mas Luqman pada tanggal 28 Agustus 2019:

*“Disini gajinya kita sama rata semua, yang membedakan itu jam kerjanya Mba, saya kalo hari biasa itu Rp. 50.000,-, tapi kalo hari libur lebih gede bisa sampai Rp. 75.000,-.”*

Berdasarkan hari penelitian yaitu pada hari Senin tanggal 12 Agustus 2019 dapat dihitung biaya yang dikeluarkan pemilik usaha untuk biaya tenaga kerja langsung yaitu Rp. 650.000,-.

#### **4.2.1.3 Biaya Overhead Pabrik**

Biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan oleh *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri adalah sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Penolong

Dalam proses produksi 1.300 Gethuk Pisang Sari Madu Kediri bahan penolong yang diperlukan yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Daftar Biaya Bahan Penolong per hari**

<b>Nama Bahan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Harga</b>	<b>Jumlah</b>
Gula Halus	500 gram	Rp. 12.000,-	Rp. 12.000,-
Penyedap (Vanili)	50 gram	Rp. 5.000,-	Rp. 5.000,-
Garam	1 bungkus	Rp. 2.500,-	Rp. 2.500,-
Gas Elpiji 3 kg	2 buah	Rp. 17.000,-	Rp. 34.000,-
<b>Total</b>			<b>Rp. 53.500,-</b>

**Sumber: Data diolah Penulis**

2. Biaya Listrik, Telepon dan Air

Usaha yang dimiliki pemilik masih industry rumahan, oleh karena itu biaya listrik, telepon dan air jadi satu dengan biaya listrik, telepon dan air rumah pemilik. Biaya yang dikeluarkan setiap bulan yaitu sebesar Rp. 400.000,-. Jadi, untuk setiap harinya pemilik usaha mengeluarkan biaya listrik, telepon dan air sebesar Rp. 13.000,-.

3. Biaya Angkut

Biaya angkut atau biaya pemasaran gethuk pisang untuk karyawan yang bertugas adalah sebesar Rp. 50.000. sedangkan untuk uang bensin sebesar Rp. 80.000,-. Jadi total biaya angkut dalam per hari yaitu sebesar Rp. 130.000,-. Tetapi pada saat melakukan penelitian biaya angkut pada hari itu dilakukan oleh pemilik saja, jadi hanya mengeluarkan uang bensin sebesar Rp.80.000,-.

#### 4. Biaya Kemasan

Untuk mempercantik produknya *Home Industry* Sari Madu Kediri mengeluarkan biaya kemasan. Biaya yang dikeluarkan untuk 1.300 bungkus yaitu dibutuhkan 22 gulung daun pisang kepok. Selain daun juga membutuhkan lidi sejumlah 3 ikat lidi dengan harga Rp. 3.000,- per ikat . Dan menggunakan *finishing* dengan sticker, dimana harga sticker Rp. 2.700.000,-per 100.000 lembar. Jadi per lembar sticker harganya Rp. 27,-.

**Tabel 4.11**  
**Daftar Biaya Kemasan per hari**

Nama Kemasan	Jumlah	Harga	Jumlah
Daun pisang	22 gulung	Rp. 16.000,-	Rp. 352.000,-
Lidi	3 ikat	Rp. 3.000,-	Rp. 9.000,-
<i>Sticker</i>	1.300	Rp. 27,-	Rp. 35.100,-
<b>Total</b>			<b>Rp. 396.100,-</b>

Sumber: Data diolah Penulis

Berdasarkan rincian biaya *overhead* pabrik di atas, daftar secara ringkas biaya tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Daftar Biaya *Overhead* Pabrik per hari**

Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Bahan Baku Penolong	Rp. 53.500,-
Biaya Angkut	Rp. 80.000,-
Biaya Listrik, Telepon dan Air	Rp. 13.000,-
Biaya Kemasan	Rp. 396.100,-
<b>Total</b>	<b>Rp. 542.600,-</b>

Sumber: Data diolah Penulis

#### 4.2.2 Perhitungan Biaya Produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dengan

##### Metode Tradisional

*Home Industry* Grthuk Pisang Sari Madu Kediri dalam menentukan harga jual produknya masih menerapkan metode yang sederhana. Pemilik menentukan harga jual produk berdasarkan kondisi pasar. Misalnya melihat atau mengamati langsung dari harga jual produk dari pesaing atau entitas lain.

Berdasarkan uraian biaya di atas, maka biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi 1.300 bungkus gethuk pisang adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Biaya Produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dengan Metode Perhitungan Tradisional**

Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 8.200.000,-
Biaya Tenaga Kerja langsung	Rp. 650.000,-
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 542.600,-
<b>Total</b>	<b>Rp. 9.392.600,-</b>

Sumber: Data diolah Penulis

Sesuai teori yang berlaku perhitungan yang diterapkan oleh pemilik usaha Gethuk Pisang Sari Madu Kediri kurang benar. Hal itu disebabkan karena biaya pengiriman sebesar Rp. 80.000,- tersebut yang merupakan komponen biaya operasional tidak dapat dijadikan sebagai salah satu komponen dalam menghitung jumlah biaya *overhead* pabrik, namun menjadi komponen dalam perhitungan laba rugi *home industry* tersebut. Maka penulis menyarankan perbaikan yaitu

pengurangan dari Rp. 542.600 dikurangi Rp. 80.000,- hasilnya menjadi Rp. 462.600,- sesuai tabel berikut:

**Tabel 4.14**  
**Biaya Produksi dengan Metode Perhitungan Tradisional Sesuai dengan Teori**

Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 8.200.000,-
Biaya Tenaga Kerja langsung	Rp. 650.000,-
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 462.600,-
<b>Total</b>	<b>Rp. 9.312.600,-</b>

Sumber: Data diolah Penulis

Pemilik usaha *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri sebaiknya juga melakukan pencatatan laba rugi agar dapat mengetahui pendapatan yang diperoleh dalam sehari. Berikut adalah rekomendasi laporan laba rugi dari penulis yang dapat digunakan acuan oleh pemilik usaha:

**Tabel 4.15**  
**Laporan Laba Rugi Sebelum Target Costing**  
**Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu Kediri**  
**Laporan Laba Rugi**  
**Periode 12 Agustus 2019**

<b>Penjualan</b>	<b>Rp. 9.500.000,-</b>
<b>Dikurangi:</b>	
Harga Pokok Penjualan	<u>Rp. 9.312.600,-</u>
<b>Laba Kotor Atas Penjualan</b>	<b>Rp. 187.400,-</b>
<b>Dikurangi:</b>	
Biaya Angkut	<u>Rp. 80.000,-</u>
<b>Laba Bersih</b>	<b><u>Rp. 267.400,-</u></b>

Sumber: Data diolah Penulis

Berdasarkan perhitungan laba rugi tersebut dapat diketahui bahwa laba yang telah terealisasi oleh usaha tersebut hanyalah sebesar 3% dari total penjualan 1.300 bungkus gethuk pisang. Berikut perhitungannya:

$$\text{Presentase laba} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}} \times 100 \%$$



$$\begin{aligned} \text{Presentase laba} &= \frac{\text{Rp.267.400}}{\text{Rp.9.500.000}} \times 100 \% \\ &= 3\% \end{aligned}$$

Sedangkan pemilik ingin usahanya tersebut dapat memiliki laba yang lebih tinggi lagi yaitu meningkat sampai dengan 5% atau lebih. Dari keinginan tersebut penulis memberi alternatif untuk menggunakan metode *target costing* dalam penelitian ini yang juga bertujuan untuk perhitungan biaya operasionalnya seperti yang akan diuraikan lebih dalam pada pembahasan selanjutnya.

#### 4.2.3 Penerapan *Target Costing* pada Produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa *target costing* dapat digunakan sebagai penentu harga jual yang terpusatkan pada pengurangan biaya produksi. Pada bagian ini peneliti akan menganalisa bagaimana

tahapan-tahapan *implementasi* metode *target costing* yang dapat diterapkan pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri.

Tahapan-tahapan untuk mengimplementasikan *target costing* yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Menentukan harga jual yang kompetitif di pasaran
2. Menentukan laba yang diharapkan
3. Menetapkan target biaya atau *target costing*
4. Melakukan rekayasa nilai yaitu dengan cara pengurangan biaya produksi untuk menghasilkan *target costing* yang diinginkan.

#### 4.2.3.1 Analisa Harga Pasar

Analisa harga pasar ini dilakukan untuk mengetahui daya saing yang dimiliki oleh *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri. Harga pesaing produsen gethuk pisang yang berada di sekitar wilayah Kediri tidak memiliki perbedaan yang begitu signifikan. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Pak Dimiyati saat wawancara pada tanggal 18 Agustus 2019 yaitu:

*“Harga gethuk pisang pesaing yang saya ketahui yaitu harga Gethuk Pisang Madu Manis bungkus besar seharga Rp. 9.000,-. Lalu ada lagi Gethuk Pisang Rasa Manis bungkus besar seharga Rp. 6.000,-. Jadi harga Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dapat dikatakan masih bisa bersaing dengan harga gethuk pisang yang lainnya.”*

Agar lebih memperkuat penjabaran oleh Pak Dimiyati, penulis juga melakukan observasi ke pusat oleh-oleh yang menjual beraneka ragam merk gethuk pisang. Dan mendapatkan daftar harga pesaing sesuai yang dijabarkan

oleh salah satu karyawan yang bekerja di pusat oleh-oleh tersebut pada tanggal 22 Agustus 2019 yaitu:

*“Beragam kok Mbak, Sari Madu ini yang besar harganya Rp. 8.000,-. Kalo harga Gethuk Pisang Rasa Manis bungkus besar seharga Rp. 6.000,-. Kalo ini yang Gethuk Pisang Madu Manis bungkus besar seharga Rp. 9.000,-.”*

Berikut ini perbandingan harga gethuk pisang pesaing berukuran besar ( 250 gram ) dengan Gethuk Pisang Sari Madu Kediri yang didapatkan sesuai penjelasan Pak Dimiyati dan juga karyawan pusat oleh-oleh:

**Tabel 4.16**  
**Daftar Harga Gethuk Pisang Pesaing**

<b>Nama Produk Pemilik Usaha</b>	<b>Harga</b>	<b>Nama Produk Pesaing</b>	<b>Harga</b>
Gethuk Pisang Sari Madu	Rp. 8.000,-	Gethuk Pisang Madu Manis	Rp. 9.000,-
		Gethuk Pisang Rasa Manis	Rp. 6.000,-

**Sumber: Hasil Wawancara**

Dapat diketahui berdasar tabel 4.16 terdapat perbedaan harga jual antara Gethuk Pisang Sari Madu dengan harga jual yang ditawarkan oleh pesaing di pusat oleh-oleh. Dimana jika dibandingkan dengan Gethuk Pisang Madu Manis, Gethuk Pisang Sari Madu masih memiliki harga yang cukup untuk bersaing. Akan tetapi, jika dibandingkan dengan harga Gethuk Pisang Rasa Manis harga yang ditawarkan Gethuk Pisang Sari Madu lebih unggul.

Dari hasil pengamatan yang penulis lakukan, persaingan pasar lebih memusatkan harga yang murah dengan kualitas yang tetap baik. Sehingga dari adanya kemampuan pasar tersebut, pemilik usaha *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dihadapkan pada pilihan agar bisa bersaing antara menurunkan harga jual atau tetap bertahan pada harga dan kualitas produk saat ini.

#### **4.2.3.2 Target Laba**

Target laba yang diinginkan oleh pemilik usaha adalah meningkat 3% dari harga jual gethuk pisang besar dengan harga Rp. 8.000,- per unit dan gethuk pisang kecil dengan harga Rp. 2.000,- per unit. Dengan target laba yang diinginkan sebelumnya, maka pemilik usaha harus dapat mengelola usahanya dengan biaya produksinya. Pemilik usaha mengaku bahwa masih kesulitan dalam mencapai biaya yang direncanakan tersebut dikarenakan kurangnya pertimbangan pada biaya produksi. Di sisi lain banyaknya pesaing yang ada di pasaran dapat menimbulkan kesulitan tersendiri bagi Pak Dimiyati selaku pemilik usaha yakni dalam mencapai target laba yang diharapkan.

#### **4.2.3.3 Menentukan *Target Costing***

*Target costing* diartikan sebagai sistem dimana penentuan harga produk sesuai dengan target yang diharapkan sebagai dasar penentuan harga jual untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Atau juga dapat diartikan penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang

pelanggan rela untuk membayarnya (Witjaksono, 2013). Berdasarkan artian tersebut maka *target costing* dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$TC = P - M$$

Keterangan:

TC = *Target Costing*

P = *Price* (Harga Jual)

M = Laba

Apabila formula itu diimplementasikan pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri, maka:

$$\begin{aligned} TC &= P - M \\ TC &= \text{Rp.}9.500.000 - ( 5\% \times \text{Rp.} 9.500.000 ) \\ TC &= \text{Rp.}9.500.000 - \text{Rp.} 475.000 \\ TC &= \text{Rp.} 9.025.000,- \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan formula di atas penentuan *target costing* dapat diperoleh sebesar Rp. 9.025.000,-.

#### 4.2.3.4 Rekayasa Nilai

Pada tahap rekayasa nilai, penulis akan melakukan efisiensi atau penghematan biaya agar dapat memenuhi *target costing* yang sesuai dengan laba yang diinginkan oleh pemilik usaha Gethuk Pisang Sari Madu Kediri.

Oleh sebab itu penulis memberi alternatif yang dapat digunakan dalam mengambil kebijakan yang dapat dijadikan alat untuk mencapai penghematan biaya.

Berdasarkan penjelasan di atas maka biaya produksi mengalami perubahan untuk menghasilkan 1.300 bungkus Gethuk Pisang Sari Madu. Berikut ini penjelasan perubahan yang dialami:

#### 1. Efisiensi Biaya pada Biaya Bahan Baku Langsung

Bahan baku Gethuk Pisang Sari Madu Kediri adalah pisang rajanangka. Dimana terdapat beberapa tingkatan atau *grade* yang tidak mempengaruhi rasa gethuk pisang. Penulis menyarankan untuk menggunakan lebih banyak pisang dengan *grade* B ataupun *grade* C karena harga pisangnya yang lebih murah tetapi tidak mengurangi kualitas dan rasa dari gethuk pisang itu sendiri. Pemilik usaha juga mengatakan dapat dicampur dengan pisang tanduk yang berukuran besar dengan harga Rp. 50.000,- per satu tandannya. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Pak Dimiyati saat wawancara pada tanggal 12 Agustus 2019 yaitu:

*“Biasanya untuk campuran apabila pengiriman pisang rajanangka kurang, bisa digantikan dengan pisang byar atau biasa disebut pisang tanduk. Tapi ini juga tidak mempengaruhi rasa dari gethuk pisang itu sendiri, tetap enak.”*

Data yang diperoleh berdasarkan penjelasan di atas mengalami perubahan dalam rekayasa nilai dan berdampak pada biaya bahan

bakulangsung yang dibutuhkan untuk memproduksi 1.300 gethuk pisang yaitu:

**Tabel 4.17**  
**Biaya Bahan Baku Langsung Per Hari Setelah dilakukan**  
**Rekayasa Nilai**

Jenis Pisang	Jumlah	Harga	Jumlah
<i>Grade A</i>	20	Rp. 120.000,-	Rp. 2.400.000,-
<i>Grade B</i>	30	Rp. 85.000,-	Rp. 2.550.000,-
<i>Grade C</i>	30	Rp. 65.000,-	Rp. 1.950.000,-
Pisang Tanduk	20	Rp. 50.000,-	Rp. 1.000.000,-
<b>Total</b>			<b>Rp. 7.900.000,-</b>

Sumber: Data diolah Penulis

## 2. Efisiensi Waktu pada Tenaga Kerja Langsung

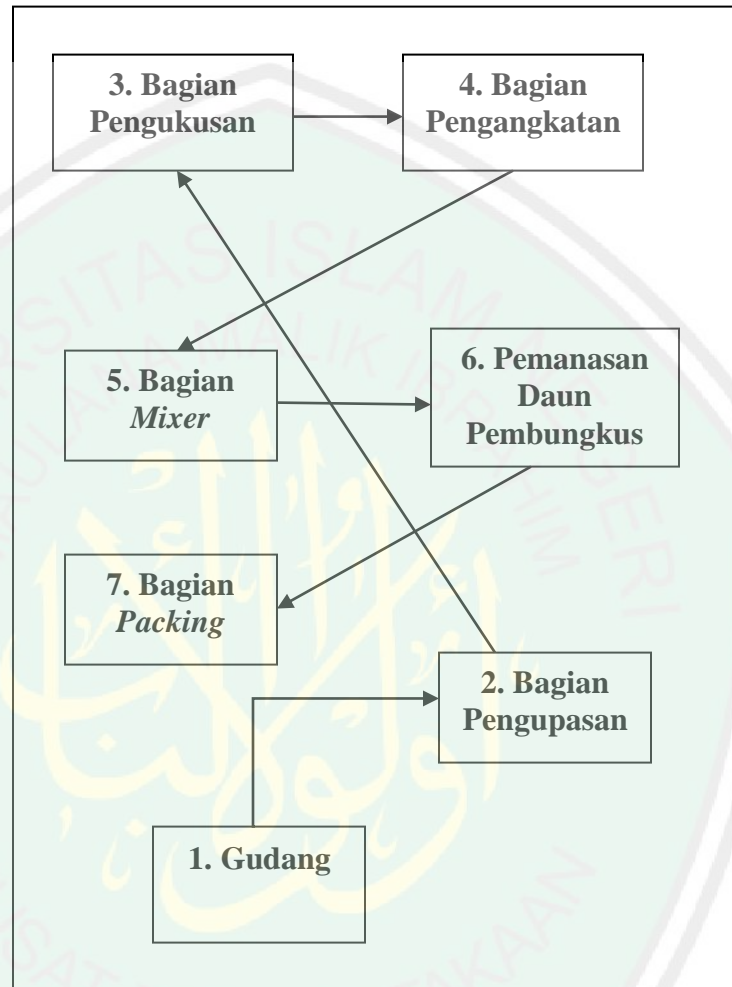
Karyawan yang dimiliki *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri adalah sebanyak 13 orang. Dimana pada bagian pengupasan terdapat 3 orang, bagian pemotongan terdapat 2 orang, bagian pengolahan terdapat 5 orang dan bagian *packing* terdapat 3 orang. Menurut pengamatan saat penulis melakukan observasi, bagian yang paling berat terdapat pada bagian pengolahan. Karyawan pada bagian ini setelah mendapatkan bahan baku dari bagian pengupasan langsung berhadapan dengan proses-proses yang melelahkan seperti saat proses pengangkatan adonan setelah melalui tahap pengukusan harus menahan uap panas yang keluar, uap ini mengakibatkan mata pedih. Berbeda pada bagian *packing*, bagian ini mulai bekerja setelah bagian pengolahan selesai. Jadi bagian *packing* ini menurut penulis sangat

membuang-buang waktu karena tidak melakukan kegiatan sembari menunggu bagian pengolahan. Seolah-olah upah yang didapat tidak sebanding dengan bagian pengolahan. Seharusnya agar waktu tidak terbuang sia-sia, bagian *packing* ini bisa merangkap atau membantu pada bagian pengupasan ataupun bagian pengolahan agar tidak terjadi kecemburuan atas upah yang diterima. Hal ini juga berdampak positif yaitu mengakibatkan produktifitas yang tinggi dalam proses produksi gethuk pisang itu sendiri. Misalnya sebelumnya memproduksi 1.300 gethuk pisang setelah diterapkan rekayasa nilai terhadap efisiensi waktu dapat memproduksi 1.500 gethuk pisang dalam sehari.

### 3. Perubahan *Layout* atau Tata Letak Saat Proses Produksi

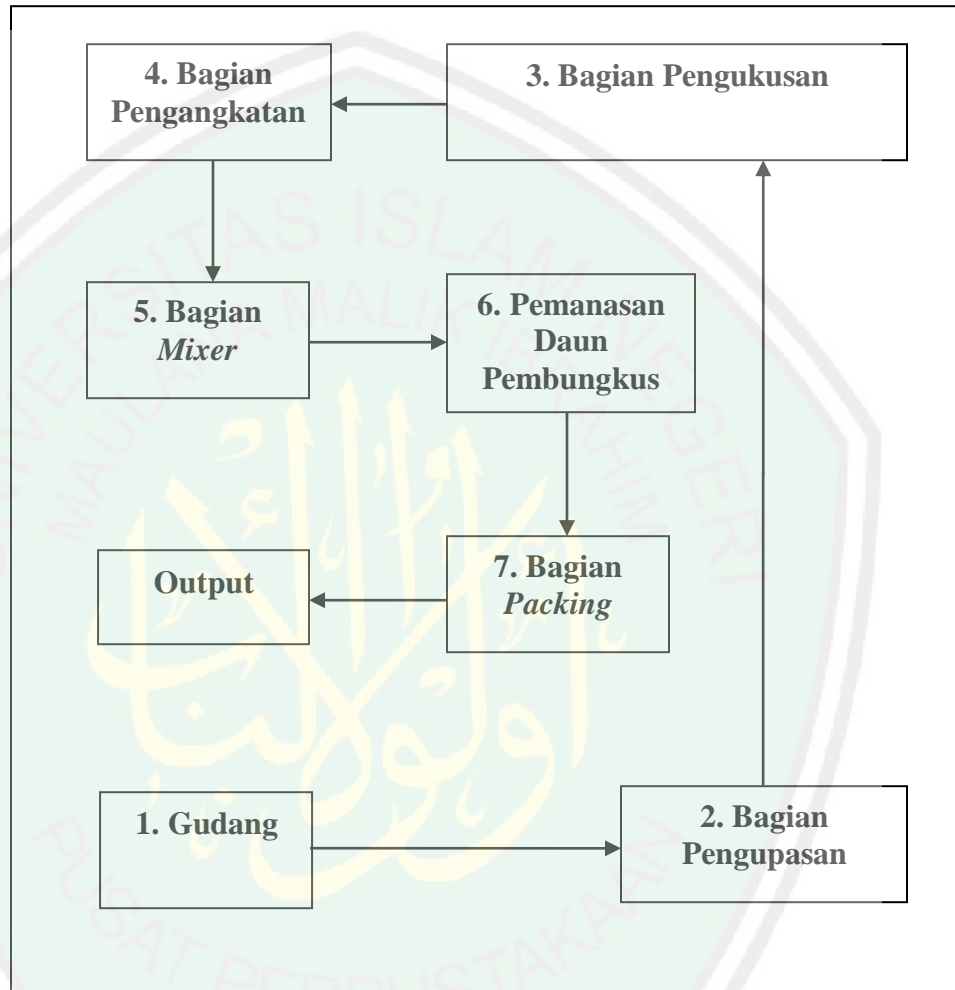
*Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri menurut pengamatan penulis saat observasi masih memiliki tata letak produksi yang masih berantakan dalam proses produksinya. Proses awal hingga akhir menjadi tidak efisien karena *layout* atau tata letak yang tidak runtut. Seperti setelah letak proses pengupasan yang cukup jauh dengan letak proses pengolahan. Apabila digambarkan menjadi seperti berikut:

**Gambar 4.1**  
**Layout Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu Kediri**



Berdasarkan gambar 4.1 di atas dapat dilihat proses produksi yang dapat dikatakan masih rancu. Hal ini juga berdampak pada efisiensi produktifitas atau memperlambat proses produksi gethuk pisang itu sendiri. Penulis menyarankan untuk mengatur kembali *layouthome industry* tersebut misalnya lebih menjadikannya runtut sesuai tahapan-tahapan proses produksi seperti gambar berikut ini:

**Gambar 4.2**  
*Layout Home Industri Gethuk Pisang Sari Madu Kediri Setelah diatur Ulang*



Gambar 4.2 merupakan saran *layout* dari penulis agar proses produksi dapat berjalan secara bertahap. Pada bagian pengukusan dan pengangkatan tempatnya sudah permanen, jadi tidak bisa diubah. Akan tetapi dapat dilihat perbedaan sebelum dan sesudah *layout* diatur ulang. Dengan demikian waktu

proses produksi dapat lebih cepat dan efisien, hal ini berdampak pada meningkatnya jumlah produksi gethuk pisang.

Saran penulis dapat diterima dengan baik oleh pemilik usaha karena *layout* lebih runtut, sesuai yang dikatakan oleh Pak Dimiyati saat wawancara pada tanggal 18 Agustus 2019 yaitu:

*“Boleh juga saran dari Mbak, saya nggak kepikiran sampai kesitu kalau berdampak baik pada jumlah produksi saya yang lebih meningkat karena efisiensi waktu itu tadi.”*

#### 4. Efisiensi Biaya pada Biaya Bahan Penolong (Gula Halus dan Garam)

Biaya *Overhead* Pabrik terdiri dari biaya bahan penolong, biaya listrik, telepon dan air, biaya angkut dan biaya kemasan. Dalam biaya bahan penolong dilakukan rekayasa nilai seperti membeli bahan penolong yaitu contohnya gula halus, garam, dan penyedap seharusnya pemilik lebih membeli di toko yang menjual lebih murah lagi. Seperti pengamatan penulis di salah satu toko yang menjual lebih murah, seperti gula halus sebanyak 500 gram dengan harga Rp. 10.500,-.

Misalnya juga harga garam yang ada di bukalapak.com berisi 40 *pack* dengan harga Rp. 85.000,-, dapat dihitung per satuannya seharga Rp. 2.125,-. Atau dapat menggunakan alternatif seperti dikarenakan dalam sehari garam yang digunakan sangatlah sedikit, satu bungkus garam dapat digunakan selama dua hari. Jadi dalam per hari dapat dikatakan harga garam sebesar Rp. 1.250,-.

Untuk memproduksi 1.300 gethuk pisang, bahan penolong yang disarankan penulis dan dapat dipertimbangkan adalah gula halus dan garam. Dimana membutuhkan 500 gram gula halus dan sisa garam untuk produksi hari sebelumnya. Maka diperoleh perubahan data seperti berikut ini:

**Tabel 4.18**  
**Biaya Bahan Penolong Per Hari Setelah dilakukan Rekayasa Nilai**

Nama Bahan	Jumlah	Harga	Jumlah
Gula Halus	500 gram	Rp. 10.500,-	Rp. 10.500,-
Penyedap (Vanili)	50 gram	Rp. 5.000,-	Rp. 5.000,-
Garam	1 bungkus	Rp. 1.250,-	Rp. 1.250,-
Gas Elpiji 3 kg	2 buah	Rp. 17.000,-	Rp. 34.000,-
<b>Total</b>			<b>Rp. 50.750,-</b>

Sumber: Data diolah Penulis

Rekayasa nilai yang dilakukan sesuai uraian di atas berdampak pada perubahan biaya *overhead* pabrik. Berikut perubahan yang terjadi:

**Tabel 4.19**  
**Biaya *Overhead* Pabrik Per Hari Setelah dilakukan Rekayasa Nilai**

Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Bahan Baku Penolong	Rp. 50.750,-
Biaya Listrik, Telepon dan Air	Rp. 13.000,-
Biaya Kemasan	Rp. 396.100,-
<b>Total</b>	<b>Rp. 459.850,-</b>

Sumber: Data diolah Penulis

Berdasarkan penjelasan di atas maka diketahui bahwa total biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan telah berubah. Dimana awalnya sejumlah Rp. 542.600,- berubah menjadi Rp. 459.850,- dalam memproduksi gethuk pisang dalam sehari.

Maka apabila *home industry* menggunakan alternatif yang disarankan penulis maka biaya produksi yang dikeluarkan akan mengalami perubahan seperti berikut ini:

**Tabel 4.20**  
**Biaya Produksi Setelah dilakukan Rekayasa Nilai**

<b>Jenis Biaya</b>	<b>Jumlah</b>
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 7.900.000,-
Biaya Tenaga Kerja langsung (tetap)	Rp. 650.000,-
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 459.850,-
<b>Total</b>	<b>Rp. 9.009.850,-</b>

**Sumber: Data diolah Penulis**

Berdasarkan tabel 4.20 tentang biaya produksi setelah dilakukan rekayasa nilai, maka *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri untuk menghasilkan 1.300 gethuk pisang harus mengeluarkan biaya produksi sejumlah Rp. 9.009.850,-. Jumlah ini tidak jauh berbeda dengan perhitungan *target costing* dengan menggunakan formuladi penjelasan sebelumnya, dimana hasil yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 9.312.600,-. Berbeda apabila pemilik usaha tetap menggunakan metode tradisional. Berikut perbedaan

uraian biaya produksi antara metode tradisional dan metode *target costing* untuk memproduksi 1.300 bungkus gethuk pisang:

**Tabel 4.21**  
Perbedaan Biaya Produksi dengan Metode Tradisional dan Biaya Produksi dengan Metode *Target Costing*

Biaya	Metode		Selisih
	Tradisional	<i>Target Costing</i>	
BBB	Rp. 8.200.000,-	Rp. 7.900.000,-	
BTKL	Rp. 650.000,-	Rp. 650.000,-	
BOP	Rp. 462.600,-	Rp. 459.850,-	
<b>Jumlah</b>	<b>Rp. 9.312.600,-</b>	<b>Rp. 9.009.850,-</b>	<b>Rp. 302.750,-</b>

Sumber: Data diolah Penulis

Berdasarkan tabel 4.21 perbedaan atau perbandingan antara jumlah biaya produksi menggunakan metode tradisional sebesar Rp. 9.312.600,- dengan metode *target costing* sebesar Rp. 9.009.850,- menunjukkan selisih sebesar Rp. 302.750,-. Dimana terbukti dengan menggunakan metode *target costing* dapat lebih menguntungkan apabila diimplementasikan dalam perhitungan biaya produksi. Selisih tersebut akan mempengaruhi pada laporan laba rugi yang diperoleh oleh *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri.

Berikut perbandingan penyajian laporan laba rugi sebelum dan sesudah melakukan *target costing*:

**Tabel 4.22**  
**Perbandingan Laporan Laba Rugi Sebelum dan Sesudah *Target Costing***

<b>Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu Kediri</b>		
<b>Laporan Laba Rugi</b>		
<b>Periode 12 Agustus 2019</b>		
	<b>Sebelum</b>	<b>Sesudah</b>
<b>Penjualan</b>	<b>Rp. 9.500.000,-</b>	<b>Rp. 9.500.000,-</b>
<b>Dikurangi:</b>	-	-
Harga Pokok Penjualan	<u>Rp. 9.312.600,-</u>	<u>Rp. 9.009.850,-</u>
<b>Laba Kotor Atas Penjualan</b>	<b>Rp. 187.400,-</b>	<b>Rp. 490.150,-</b>
<b>Dikurangi:</b>	-	-
Biaya Angkut	<u>Rp. 80.000,-</u>	<u>Rp. 80.000,-</u>
<b>Laba Bersih</b>	<b><u>Rp. 267.400,-</u></b>	<b><u>Rp. 570.150,-</u></b>

Sumber: Data diolah Penulis

Setelah dilakukan rekayasa nilai berdasarkan tabel 4.22 di atas dapat menjadi pilihan dari metode *target costing*. Untuk itu, pemilik usaha *Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu Kediri* dapat merencanakan kembali biaya yang dikeluarkan. Di mulai dari memilih biaya produksi yang dapat meminimalisir pengeluaran biaya sampai dapat memberi alternatif biaya produksi yang lebih rendah tetapi tidak merusak atau bahkan menurunkan kualitas produk. Sehingga pemilik usaha dapat menggunakan metode *target costing* sebagai metode meningkatkan laba sesuai yang diharapkan.

Apabila pemilik usaha menggunakan metode *target costing* berdasarkan tabel 4.21 dan tabel 4.22 akan menghemat biaya produksi sebesar Rp. 302.750,-dalam memproduksi 1.300 gethuk pisang. Yang mana saat masih menggunakan metode tradisional pemilik usaha membutuhkan biaya sebesar Rp. 9.312.600,-dalam penjualan 1.300 gethuk pisang. Berbeda setelah menggunakan metode *target costing* pemilik *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dapat menghemat biaya produksi menjadi Rp. 9.009.850,-penjualan 1.300 gethuk pisang. Dapat dikatakan juga dengan menerapkan metode *target costing* pemilik usaha akan memperoleh laba yang diharapkan dari yang awalnya sebesar 3% menjadi 6% dari penjualannya. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Pak Dimiyati saat wawancara pada tanggal 18 Agustus 2019 yaitu:

“Setidaknya labanya bisa mengalami peningkatan lah, Mbak sampai dengan 5% atau lebih”

Berikut perbandingan presentase laba ketika menggunakan metode tradisional dengan presentase laba menggunakan metode *target costing*:

% laba sebelum <i>target costing</i>	= % laba sesudah <i>target costing</i>
$\frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}} \times 100 \%$	= $\frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}} \times 100\%$
$\frac{\text{Rp. 267.400}}{\text{Rp.9.500.000}} \times 100 \%$	= $\frac{\text{Rp. 570.150}}{\text{Rp.9.500.000}} \times 100 \%$
3 %	= 6 %

Jadi sesuai dengan perhitungan di atas laba dari penjualan gethuk pisang mengalami peningkatan sebesar 3% dari yang awalnya sebesar 3% naik menjadi 6%.



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dapat menerapkan metode *target costing* melalui proses rekayasa nilai. Rekayasa nilai dilakukan dengan cara efisiensi biaya bahan baku yaitu pencampuran pisang rajanangka dengan pisang tanduk, efisiensi waktu tenaga kerja yang berdampak pada peningkatan jumlah produksi, perubahan *layout* tempat produksi yang berdampak pada kecepatan proses produksi, serta pembelian gula halus dan garam ke supplier yang lebih murah. Dengan adanya rekayasa nilai tersebut perusahaan dapat menghemat biaya produksinya.

Pengaruh penerapan metode *target costing* cukup efektif sehingga laba yang diinginkan pemilik usaha dapat tercapai. *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri menargetkan laba sebesar 5% dari penjualan gethuk pisang. Dari perhitungan sebelum menggunakan metode *target costing* perusahaan memperoleh laba sebesar 3% untuk penjualan gethuk pisang. Akan tetapi setelah menerapkan metode *target costing* melalui proses rekayasa nilai perusahaan dapat mencapai laba sesuai yang ditargetkan bahkan lebih tinggi yaitu sebesar 6% untuk penjualan gethuk pisang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis memberikan saran kepada pemilik *Home Industry* Gethek Pisang Sari Madu Kediri agar menerapkan metode *target costing* sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan laba usahanya. Pemilik usaha dapat melakukan penghematan biaya dalam proses produksi gethek pisang dengan melakukan rekayasa nilai. Rekayasa nilai yang dimaksud adalah berupa mengurangi biaya bahan baku dengan mencampurkan pisang jenis lain tetapi tidak akan mengurangi rasa dan kualitas dari gethek pisang itu sendiri. Selain itu, bahan penolong yang digunakan dapat mencari dari toko yang menjualnya dengan harga yang lebih rendah.

Untuk penelitian selanjutnya saran yang dapat penulis tujukan adalah agar lebih memberikan variasi dalam penerapan metode *target costing* dengan menggunakan objek penelitian dan variabel-variabel yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim dan terjemahan.

Arifin, Nurul Ikhsan, dkk. 2016. *Analisis Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery*. Jurnal: Volume 16 No. 03 Tahun 2016.

Anugrah, Exa Gusti, dkk. 2017. *Penerapan Target Costing dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimal Laba*. Jurnal: Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017 Volume IV(1).

Bustami dan Nurlela. 2006. *Akuntansi Biaya: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Khasana, Roisatul, dkk. 2017. *Analisis penerapan target costing dalam upaya meningkatkan efisiensi biaya produksi untuk memaksimalkan laba*. Jurnal: Ekonomi – Akuntansi 2017.

Kumalasari, Heditia wahyu. 2016. *Penerapan Sistem Target Costing dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Usaha (Studi Kasus Usaha Dagang Tiga Putra Di Kota Mojokerto)*. Jurnal: volume 1, No.1 des 2016.

Mulyadi. 2010. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Aditya Media.

Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*, Edisi 5. Yogyakarta: UPP STIM YPKN.

Mursyidi. 2010. *Akuntansi biaya*. Bandung: PT Refika Aditama.

Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen: Informasi untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*. Jakarta: Erlangga.

Tamara, Elmer dan Muanas. 2013. *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Studi Kasus Pada PT Mercedes-Benz Indonesia*. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan vol 1 2013.

Sucipto dan Subagyo. 2015. *Analisis Rekayasa Nilai (Value Engineering) pada Proyek Pembangunan Peumahan Tipe Menengah di Kabupaten Pasuruan*. Cyber-Techn vol 9 2015.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supriyono. 2013. *Akuntansi Biaya Buku 1 Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.

Sutrisno. 2008. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Ekonisia.

Syahrizal. 2004. *Penerapan Rekayasa Nilai (Value Engineering) pada Pembangunan Gedung Kantor PT. Asuransi Jasa Indonesia di Kota Pematang Siantar*. Jurnal Universitas Sumatera.

Widilestariningtyas, Ony, dkk. 2012. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

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

TIM FE UIN MALIKI (2012). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*, Malang.

<https://beritajatim.com/politik-pemerintahan/pertumbuhan-ekonomi-di-kota-kediri-tanpa-industri-tembakau-capai-702/>, diakses 10 Mei 2019.

<https://www.romadecade.org/kerajaan-kediri/#!>, diakses 12 Mei 2019.

<https://getuk-pisang-sari-madu.business.site/>, diakses 12 Mei 2019.

<https://yusnitadiansari.wordpress.com/2015/11/18/paris-van-java/>, diakses 12 Mei 2019

<https://travellersblitar.com/museum-airlangga-kediri/>, diakses 13 Mei 2019.

[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Monumen\\_Simpang\\_Lima\\_Gumul](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Monumen_Simpang_Lima_Gumul), diakses 13 Mei 2019.

<https://tempatwisataseru.com/18-tempat-wisata-di-kediri-yang-wajib-dikunjungi/>, diakses 13 Mei 2019.

<https://www.idntimes.com/food/recipe/lia-faiqotul-muniroh/resep-mudah-bikin-gethuk-pisang-khas-kediri-c1c2>, diakses 13 Mei 2019.

## LAMPIRAN 1

### BUKTI KONSULTASI

Nama : Avinda Martha Oktaviantri  
NIM / Jurusan : 15520122 / Akuntansi  
Pembimbing : Hj. Meldona., SE., MM., Ak., CA  
JudulSkripsi : Analisis *Target Costing* sebagai Upaya Peningkatan Laba Usaha untuk Produksi Gethuk Pisang (Study pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri)

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	2 Maret 2019	Revisi Judul	1.
2.	13 Maret 2019	Konsultasi Bab 1, 2, 3	2.
3.	23 April 2019	Revisi Bab 1	3.
4.	9 Mei 2019	Revisi Bab 2	4.
5.	16 Mei 2019	Revisi Bab 3	5.
6.	24 Mei 2019	Konsultasi Bab 1, 2, 3	6.
7.	18 Juni 2019	ACC Sempro	7.
8.	4 September 2019	Konsultasi Bab 4, 5	8.
9.	29 Oktober 2019	Revisi Bab 4, 5	9.
10.	8 November 2019	Konsultasi Abstrak	10.
11.	15 November 2019	ACC Sidang	11.

Malang, 26 November 2019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Akuntansi



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

## LAMPIRAN 2

### WAWANCARA

Transkrip Wawancara dengan Pak Dimiyati (Pemilik *Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu Kediri*) di kediamannya yang bertempat di Jl. H. Abd. Rochim RT 03 / RW 06, Ngadiloyo, Ngadiluwih, Kediri, Jawa Timur. Wawancara dilakukan pada hari Senin tanggal 12 Agustus 2019 pukul 19.00 WIB.

1. Mohon Bapak ceritakan bagaimana sejarah awal mula berdirinya *Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu Kediri*?

Jawaban : “Awal mula mendirikan yaitu ketika pada tahun 2004. Saya mula-mula mendirikan cuma coba-coba, Mbak. Soalnya saudara saya yang rumahnya Mojo itu banyak yang jualan gethuk pisang, terus saya diajarin. Pertama kali buat itu sebanyak satu dandang kecil untuk ngukus itu. Setelah jadi, lalu saya titipkan ke Kota Kediri kok banyak peminatnya dan laku habis. Dan akhirnya saya buat lebih banyak lagi. Dulu itu saya punya temen, terus sama temen saya itu Mbak disuruh nitipkan ke Ramayana Surabaya, Sidoarjo sama Malang. Nah untuk bisa masuk ke pasar seperti ini harus punya BPOM, PIRT, dan lain-lain. Akhirnya saya ngurus persyaratannya itu dan bisa masuk ke Ramayana tersebut. Sudah jalan sekitar lima tahun, cape juga wira wiri ke kota-kota itu. Memang hasil dari penjualannya banyak, tapi lama-lama capek juga Mbak. Saya ambil keputusan untuk tidak lanjut ngirim kesana, cukup di Kediri dan area sekitarnya. Nah di Kediri ini awalnya Cuma punya satu atau dua toko dengan sistem titip, Mbak. Tidak lama kemudian saya mencari dan tanya-tanya mulai dari pusat oleh-oleh Kediri yang berada di daerah Klenteng, Patimura, Gurah, Pare, Ngebrak- Kertosono, Jombang, Nganjuk dan lain-lain. Dan akhirnya saya pun punya pelanggan tetap sampai sekarang ini. Ditambah saya punya saudara juga yang memiliki ruko di Pandaan yang menjadi

pelanggan tetap kurang lebih selama tiga tahun ini. Yang saya agak kesal ada orang yang membuat akun di Shopee dan menjualnya tanpa izin saya.”

2. Apa saja jenis-jenis dari gethuk pisang itu sendiri?

Jawaban : “Jenis gethuk pisang di saya ini Mbak bikin dua jenis. Ukuran yang kecil 20 gram sama ukuran yang besar 250 gram. Tapi kalau ada pesanan sesuai yang dimau sama pemesan bisa dibikin”

3. Bagaimana daftar harga produk Gethuk Pisang Sari Madu Kediri?

Jawaban : “Harga gethuk kecil itu Rp. 2.000,- Mbak kalau yang besar harganya Rp. 8.000,-.

4. Biasanya berapa Pak hasil Penjualan tiap harinya?

Jawaban : “Tidak mesti Mbak, ya kira-kira berkisar antara Rp. 9.000.000,- sampai Rp. 20.000.000,- per harinya, tergantung pesanan yang masuk juga.

5. Berapa produksi gethuk pisang per harinya Pak, khususnya pada hari ini?

Jawaban : “Biasanya sehari itu bisa produksi gethuk pisang 800 sampai dengan 1.500 bungkus, Mbak. Apalagi kalo ada hari-hari besar seperti Hari Raya Idul Fitri kami sampai kewalahan karena banyak sekali pesanan yang masuk bisa sampai dua kali lipat dari biasanya. Ya tapi kalo hari ini ya Mbak... produksi gethuk pisang yang kecil itu 150 bungkus, sedangkan gethuk pisang yang besar sekitar 1.150 an Mbak.”

6. Pengiriman gethuk pisang dilakukan oleh pemilik atau karyawan?

Jawaban : “Yang nganter itu ya saya sendiri, biasanya anak saya ikut. Sama bawa satu karyawan laki-laki yang jadwalnya gentian.”

7. Apa saja bahan baku langsung (bahan utama) dalam produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri?

Jawaban : “Bahan utamanya yang jelas itu pisang ya Mbak. Jenis pisangnya pisang rajanangka.”

8. Pisang yang dimaksud ini harus ada kriteria khususnya apa tidak Pak?

Jawaban : “Pisang rajanangka ini langsung dikirim dari Lumajang dan Malang. Ada pisang dengan *grade A*, *grade B*, dan *grade C*. tingkatan pisang

ini dikelompokkan sesuai ukuran pisangnya Mbak, jadi kalo grade A itu pisangnya yang paling besar dan panjang-panjang begitu seterusnya. Ada juga pisang tambahan atau pengganti yang digunakan yaitu jenis pisang tanduk.”

9. Apakah bisa menggunakan pisang lain selain pisang rajanangka?

Jawaban : “Biasanya untuk campuran apabila pengiriman pisang rajanangka kurang, bisa digantikan dengan pisang byar atau biasa disebut pisang tanduk. Tapi ini juga tidak mempengaruhi rasa dari gethuk pisang itu sendiri, tetap enak.”

10. Berapa harga pisang (bahan baku langsung) Pak?

Jawaban : “Harga pisang dengan *grade* A ini satu tandannya Rp. 120.000,-, harga pisang *grade* B satu tandannya Rp. 85.000,-, dan harga pisang dengan *grade* C Rp. 65.000,-. Sedangkan pisang tanduk dijual dengan harga Rp. 50.000,-.”

11. Untuk produksi 1.300 gethuk pisang membutuhkan berapa pisang Pak?

Jawaban : “Hari ini untuk produksi 1.300 gethuk pisang kita menghabiskan 100 tandan pisang Mbak. Diantaranya 20 tandan pisang *grade* A, 30 tandan pisang *grade* B, dan 50 tandan pisang *grade* C.”

12. Bagaimana dengan tenaga kerja langsung (karyawan) yang ada di Gethuk Pisang Sari Madu Kediri?

Jawaban : “Disini ada 13 orang karyawan Mbak. 3 orang karyawan di bagian mengupas pisang, 2 karyawan di bagian memotong, 5 orang karyawan di bagian pengolahan dan 3 orang di bagian *packing*.”

13. Bagaimana dengan upah karyawan Bapak tersebut?

Jawaban : “Disini proses produksi diliburkan pada hari Selasa. Dimana pada Hari Senin, Rabu, Kamis dan Jum’at gaji yang dikeluarkan untuk tiap orang sebesar Rp. 50.000,-. Sedangkan untuk Sabtu dan Minggu yang proses produksinya lebih lama digaji sebesar Rp. 75.000,-.”

14. Bagaimana dengan bahan penolong (bahan selain bahan baku utama) dan biaya-biaya untuk pembuatan gethuk pisangnya Pak?

Jawaban : “Bahan lainnya yang digunakan ya bumbu-bumbunya itu Mbak seperti gula, garam dan penyedap. Gula yang digunakan yaitu gula halus dengan harga Rp. 24.000,- per kilonya tapi perharinya biasanya cukup menggunakan 500 gram gula halus. Untuk garam satu bungkusnya seharga Rp.2.500,-, dan penyedap atau vanilinya seharga Rp. 5.000 per 50 gramnya. Terus juga dalam perharinya menghabiskan kurang lebih dua buah gas elpiji yang satuannya seharga Rp. 17.000,-.”

15. Lalu untuk biaya listriknya bagaimana Pak?

Jawaban : “Karena ini saya masih usaha rumahan biaya listriknya masih ikut dengan rumah saya, dimana biasanya dalam satu bulannya habis Rp. 400.000,-.”

16. Kalau untuk pengiriman gethuk pisang pasti kan menghabiskan biaya angkut seperti bensin dan yang lainnya, berapa biaya yang dikeluarkan Pak?

Jawaban : “Biasanya untuk upah karyawan yang menaikkan dan menurunkan gethuk diberi Rp.50.000,- itu biasanya perjalanan pulang juga dibelikan makan Mbak. Sedangkan uang bensin biasanya habis Rp. 80.000,-.”

17. Bagaimana dengan Biaya Kemasan yang dikeluarkan Pak?

Jawaban : “Disini kita kemasannya kan pakai daun pisang kapok. Untuk hari ini kita menghabiskan 22 gulung daun pisang kapok yang satu gulungnya eharga Rp 16.000,-. Selanjutnya menggunakan lidi harga per ikat lidinya yaitu Rp. 3.000,-, yang terakhir untuk menarik perhatian kita temple *sticker*, harga *sticker* yaitu Rp. 2.700.000,- per 100.000 lembar. Jika dihitung per satuannya seharga Rp. 27,-.”

**Transkrip Wawancara dengan Pak Dimiyati (Pemilik *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri) di kediamannya yang bertempat di Jl. H. Abd. Rochim RT 03 / RW 06, Ngadiloyo, Ngadiluwih, Kediri, Jawa Timur. Wawancara dilakukan pada hari Minggu tanggal 18 Agustus 2019 pukul 10.00 WIB.**

1. Bagaimana proses produksi Gethuk Pisang Sari Madu Kediri?

Jawaban : “Proses produksi gethuk pisang diawali dengan mengupas kulit pisang yang dilakukan oleh 4 orang karyawan. Pisang yang sudah dikupas lalu dipotong-potong untuk mempermudah proses selanjutnya dan dimasukkan ke dalam wadah tong. Kemudian pisang yang sudah dipotong tersebut dikukus dan dimasukkan ke dalam dandang atau panci pengukus khusus produksi yang ukurannya cukup besar yaitu tingginya sepadan dengan berdirinya orang dewasa. Dalam proses mengukus ini memakan waktu yang cukup lama yaitu mulai dari 8 jam sampai semalaman agar tercipta warna merah alami dari gethuk pisang yang menjadi khas *home industry* ini. Alasan mengapa pengukusannya lama yaitu karena bahan-bahan yang digunakan semua alami dan tidak ada campuran bahan pengawet, maka dari itu gethuk pisang ini hanya bertahan paling lama lima hari. Adonan gethuk pisang yang sudah dikukus tersebut kemudian diangkat dan dimasukkan ke dalam wadah tong. Dalam sehari biasa memproduksi sepuluh sampai dengan lima belas tong adonan gethuk pisang. Masih dalam keadaan panas adonan tersebut diberi bumbu-bumbu. Setiap tong takaran gula halusnya adalah dua sampai tiga sendok makan, takaran garamnya adalah ujung sendok makan, dan takaran penyedap menggunakan penyedap vanili adalah satu sendok teh. Agar adonan tercampur sempurna dengan bumbu-bumbu dilakukan tahap pencampuran dengan menggunakan *mixer* khusus. Adonan yang telah tercampur selanjutnya ditimbang sesuai ukuran. Gethuk pisang ukuran kecil ditimbang seberat 2 ons atau 20 gram, sedangkan gethuk pisang berukuran besar

ditimbang seberat 25 ons atau 250 gram. Proses berlanjut yaitu tahap membungkus gethuk pisang dengan cara digulung dengan menggunakan daun pisang kapok. Sebelumnya daun pisang dipanaskan lebih dahulu dengan api agar lentur dan mudah dibentuk. Pada saat membungkus daun pisang agak di putar agar bungkusannya terasa rapat dan tidak goyah. Perikat agar semakin rapat yaitu menggunakan lidi yang ditusuk di sisi kanan dan kiri bungkus daun pisang. Setelah ditusuk dengan lidi, bagian sisa daun di tiap sisinya dipotong dan dirapihkan dengan menggunakan gunting. Tahap terakhir dalam proses produksi yakni pemberian *sticker*.”

2. Berapa persen target laba yang diinginkan oleh Bapak?

Jawaban : “Setidaknya labanya bisa mengalami peningkatan lah, Mbak sampai dengan 5% atau lebih.”

3. Bagaimana harga pesaing Gethuk Pisang Sari Madu Kediri?

Jawaban : “Harga gethuk pisang pesaing yang saya ketahui yaitu harga Gethuk Pisang Madu Manis bungkus besar seharga Rp. 9.000,-. Lalu ada lagi Gethuk Pisang Rasa Manis bungkus besar seharga Rp. 6.000,-. Jadi harga Gethuk Pisang Sari Madu Kediri dapat dikatakan masih bisa bersaing dengan harga gethuk pisang yang lainnya.”

4. Menurut saya Pak, *layout* atau tata letak ruang produksi ini masih berantakan. Apakah Bapak pernah memperhatikannya?

Jawaban : “Endak sih, Mbak. Saya kurang memperhatikan. Karena ya proses produksi berjalan begitu saja.”

5. Bagaimana jika di *home industry* Bapak diterapkan *layout* seperti gambar yang saya tunjukkan?

Jawaban : “Boleh juga saran dari Mbak, saya nggak kepikiran sampai kesitu kalau berdampak baik pada jumlah produksi saya yang lebih meningkat karena efisiensi waktu itu tadi.”

**Transkrip Wawancara dengan Mbak Yeni (Salah satu Karyawan Pusat Oleh-Oleh Kediri) yang bertempat di Jl. Dr. Wahidin No. 16 Kediri, Jawa Timur. Wawancara dilakukan pada hari Senin tanggal 22 Agustus 2019 pukul 10.00 WIB.**

1. Mbak disini yang paling digemari untuk oleh-oleh produk apa saja?

Jawaban: “Banyak Mbak, hampir semua digemari. Ini ada tahu takwa, gethuk pisang, keripik tahu.”

2. Kalo untuk gethuk pisang sendiri yang paling cepat terjual yang mana ya Mbak?

Jawaban: “Ini Mbak, Sari Madu biasanya yang cepet habis soalnya warnanya gethuknya cantik rasanya juga pas.”

3. Berapa saja harga-harganya Mbak?

Jawaban: “Beragam kok Mbak, Sari Madu ini yang besar harganya Rp. 8.000,-. Kalo harga Gethuk Pisang Rasa Manis bungkus besar seharga Rp. 6.000,-. Kalo ini yang Gethuk Pisang Madu Manis bungkus besar seharga Rp. 9.000,-.”

**Transkrip Wawancara dengan Mas Luqman (Salah satu Karyawan *Home Industry Gethuk Pisang Sari Madu Kediri*) yang bertempat di Jl. H. Abd. Rochim RT 03 / RW 06, Ngadiloyo, Ngadiluwih, Kediri, Jawa Timur. Wawancara dilakukan pada hari Rabu tanggal 28 Agustus 2019 pukul 09.00 WIB.**

4. Bagaimana Mas, sudah berapa lama kerja disini?

Jawaban: “Saya disini itu sudah hampir 4 tahun Mbak, awalnya ikut-ikutan saja tapi lama-lama juga jadi pekerjaan tetap disini. Soalnya rumah saya juga deket-deket sini jadi enak lah Mbak.”

5. Berapa gaji yang Mas peroleh?

Jawaban: “Disini gajinya kita sama rata semua, yang membedakan itu jam kerjanya Mba, saya kalo hari biasa itu kayak hari ini Rp. 50.000,-, tapi kalo hari libur lebih gede bisa sampai Rp. 75.000,-.”



## LAMPIRAN 3

### SURAT KETERANGAN PENELITIAN

*Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri  
Jl. H. Abd. Rochim RT 03 / RW 06, Ngadiloyo, Ngadiluwih  
Kediri, Jawa Timur 64171

---

### SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini. Pemilik *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri menerangkan bahwa:

Nama : **Avinda Martha Oktaviantri**  
NIM : **15520122**  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
Program Studi : S1 Akuntansi  
Judul Skripsi : Analisis *Target Costing* Sebagai Upaya Peningkatan Laba Usaha Untuk Produksi Gethuk Pisang (Study Pada *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri)

Mahasiswa tersebut telah melaksanakan penelitian di *Home Industry* Gethuk Pisang Sari Madu Kediri pada 12 Agustus 2019 - 31 Agustus 2019.

Dengan demikian keterangan ini kami buat , untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kediri, 31 Agustus 2019

Pemilik,



Dimiyati

## LAMPIRAN 4

### FOTO OBSERVASI



Foto home industry



Foto bersama pemilik home industry



Foto bersama karyawan



Foto bersama karyawan

## PRODUK



Foto produk 20 gram



Foto produk 250 gram



Foto Produk



Pengiriman



Foto Gethuk Pisang Sari Madu Kediri

## PROSES PRODUKSI



**Pembelian Bahan Baku**



**Bahan Baku**



**Pengolahan**



**Pengangkatan**



**Pencampuran**



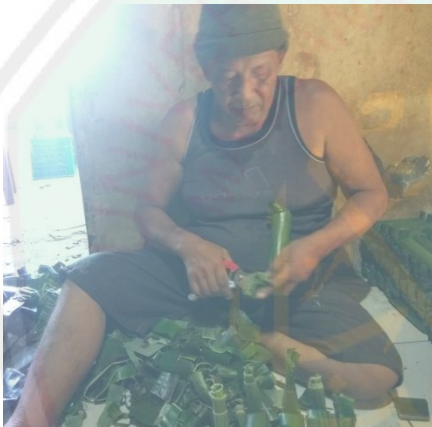
**Memaskan Daun**



**Lidi**



**Dirapatkan dengan lidi**



**Dirapihkan dengan gunting**



**Dirapihkan dengan gunting**



**Sticker**



**Perekatan dengan sticker**

## LAMPIRAN 5

### BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Avinda Martha Oktaviantri  
Tempat, tanggal lahir : Malang, 16 Oktober 1996  
Alamat : Jl. Sumber No. 38 RT 4 RW 2 Ngadiluwih, Kediri  
Telepon/HP : 085707374157  
E-mail : [avindamartha@gmail.com](mailto:avindamartha@gmail.com)  
Instagram : @avindamartha

#### Pendidikan Formal

2002-2003 : TK Muslimat 1 Sukolilo, Malang  
2003-2009 : SDN Kemantren 1 Jabung, Malang  
2009-2012 : SMPN 1 Ngadiluwih, Kediri  
2012-2014 : Akselerasi SMAN 7 Kediri  
2015-2019 : Jurusan Akuntansi UIN Maliki Malang

#### Pendidikan Nonformal

2009-2010 : Pramuka SMPN 1 Ngadiluwih, Kediri  
2012-2013 : Pramuka SMAN 7 Kediri  
2012-2014 : SKI (Seksi Kerohanian Islam) SMAN 7 Kediri  
2015-2016 : Program Pengembangan Bahasa Arab UIN Maliki Malang  
2016 : ELC (English Language Center) UIN Maliki Malang  
2017-2018 : TOT El-Dinar Finance House UIN Maliki Malang