

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA
PENINGKATAN LABA PERUSAHAAN
(Studi Pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet)**

SKRIPSI



Oleh
MUKHAMMAD FIKRI QOHARUDIN
NIM : 15520004

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA
PENINGKATAN LABA PERUSAHAAN
(Studi Pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet)**

SKRIPSI

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



Oleh
MUKHAMMAD FIKRI QOHARUDIN
NIM : 15520004

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA
PENINGKATAN LABA PERUSAHAAN
(Studi Pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet)**

SKRIPSI

Oleh

MUKHAMMAD FIKRI QOHARUDIN
NIM : 15520004

Telah disetujui pada tanggal 07 Mei 2021

Dosen Pembimbing,



Yuliati, S.Sos., MSA
NIDT. 19730703 20180201 2 184

Mengetahui :

Ketua Jurusan,



Dr. H. Nani Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA.
NIDT. 19720322 200801 2 005

LEMBAR PENGESAHAN
PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA
PENINGKATAN LABA PERUSAHAAN
(Studi Pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet)

SKRIPSI

Oleh
MUKHAMMAD FIKRI QOHARUDIN
NIM : 15520004

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.Akun)
Pada 24 Juni 2021

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Penguji I

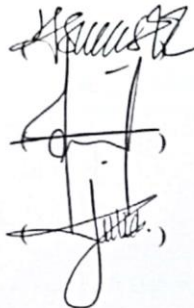
Sulis Rochayatun, M.Akun., CA., Ak., CMA., CSRA
NIP. 19760313 20180201 2 188

2. Penguji II

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

3. Penguji III

Yuliati, S.Sos., MSA
NIDT . 19730703 20180201 2 184



Mengetahui :

Ketua Jurusan



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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Mukhammad Fikri Qoharudin
NIM : 15520004
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:

PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA PENINGKATAN LABA PERUSAHAAN (Studi Pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet)

Adalah hasil karya saya 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 dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 24 Juni 2021

Hormat saya,



Mukhammad Fikri Qoharudin
NIM: 15520004

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan saya kelancaran dan kemudahan sehingga karya ini terselesaikan dengan baik.

Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang membawa kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang.

karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Ibuku Suprapti dan Bapak Tersayang Sahid, terimakasih atas kasih sayang dan perhatiannya dalam keadaan apa pun walau dengan jarak jauh sekalipun.

Selalu memberikan motivasi dan bimbingan serta lantunan do'a demi kesuksesan putra dan putrinya. Kakak dan adik tersayang (Nuris Fajroti dan Abdul Rokhim Jauhari) serta keluargaku yang tanpa kenal lelah memberikan kasih sayang, motivasi serta dukungan untuk mewujudkan cita-citaku dan mencapai ridha Allah.

Seluruh Guru, Dosen, dengan penuh kesabaran membimbingku,

tanpamu saya takkan bisa seperti ini,....

HALAMAN MOTTO

“Jika kamu tidak merancang rencana hidupmu sendiri, kemungkinan kamu akan jatuh ke dalam rencana orang lain. Dan tebak apa yang telah mereka rencanakan untukmu? Tidak banyak”

(Jim Rohn)

“Jangan biarkan kesulitan membuat dirimu gelisah, karena bagaimanapun juga hanya di malam yang paling gelap bintang-bintang tampak bersinar lebih terang”

(Ali Bin Abi Thalib)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas rahmat, taufik dan hidayah-Nya penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Penerapan *Target Costing* Sebagai Upaya Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet)”.

Shalawat serta salam tak luput tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh kebaikan dan keberkahan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi , 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 Yuliati, S.Sos., MSA, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang ikhlas meluangkan waktunya dan selalu memberi bimbingan terbaik untuk penulis.
5. Ayah, Ibu, Kakak, Adik dan seluruh keluarga yang senantiasa mendukung dan mendo’akan .
6. Ibu Liza Hurroti, selaku pemilik UD Cemilan Istimewa Sarang Walet yang siap membantu memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.
7. Serta teman-teman angkatan 2015 dari Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga

dengan penelitian yang sederhana ini mampu bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Aamiin ya robbal ‘alamin...

Malang, 24 Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Arab)	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoritis	13
2.2.1 <i>Target Costing</i>	13
2.2.1.1 Prinsip-Prinsip <i>Target Costing</i>	14
2.2.1.2 Penentuan Biaya Target Untuk Penentuan Harga	17
2.2.1.3 <i>Target Costing</i> Dalam Prespektif Islam	17
2.2.2 Definisi <i>Full Costing</i>	19
2.2.3 Definisi Rekamaya Nilai	21
2.2.4 Laba	23
2.2.5 Biaya	24
2.2.5.1 Pengertian Biaya	24
2.2.5.2 Klasifikasi Biaya	24
2.2.5.3 Biaya Produksi	27
2.3 Kerangka Berfikir	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Pendekatan Peneliltian	30
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian	30
3.3 Subjek Penelitian	30
3.4 Sumber dan Jenis Data	31
3.4.1 Jenis Data	31

3.4.2 Sumber Data	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Analisis Data	32
1.6.1 Metode <i>Full Costing</i>	33
1.6.2 Metode <i>Target Costing</i>	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1 Sejarah Perusahaan	37
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	39
4.1.2.1 Visi Perusahaan	39
4.1.2.2 Misi Perusahaan	39
4.1.3 Produk Perusahaan	39
4.1.4 Pemasaran Produk	41
4.1.5 Proses Produksi	41
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	44
4.2.1 Penetapan Biaya <i>Full Costing</i>	44
4.2.1.1 Total Produksi Dan Volume Penjualan	45
4.2.1.2 Biaya Bahan Baku Langsung	48
4.2.1.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung	50
4.2.1.4 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	50
4.2.1.5 Biaya Non-Produksi	52
4.2.1.6 Perhitungan Biaya Keseluruhan	53
4.2.1.7 Perhitungan Laba Rugi	54
4.2.2 Penerapan Metode <i>Target Costing</i>	55
4.2.2.1 Analisis Harga Pasar	57
4.2.2.2 Target Laba	58
4.2.2.3 Menentukan Target Biaya (<i>Target Costing</i>)	59
4.2.2.4 Rekayasa Nilai (<i>Value Engineering</i>).....	60
4.2.3 Prespektif Islam	65

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Daftar Harga Keripik Pisang	40
Tabel 4.2 Produksi Keripik Pisang	45
Tabel 4.3 Volume Penjualan Keripik Pisang	47
Tabel 4.4 Daftar Biaya Bahan Baku Langsung	48
Tabel 4.5 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	51
Tabel 4.6 Biaya Produksi	53
Tabel 4.7 Laporan Laba Rugi Metode <i>Full Costing</i>	54
Tabel 4.8 Harga Keripik Pisang Yang Bersaing.....	57
Tabel 4.9 Total Biaya Produksi Metode <i>Target Costing</i>	60
Tabel 4.10 Perbandingan Biaya Bahan Baku	62
Tabel 4.11 Perhitungan Biaya Produksi Setelah Dilakkan Rekayasa Nilai	62
Tabel 4.12 Biaya Produksi Metode <i>Full Costin</i> dan Metode <i>Target Costing</i> ...	63
Tabel 4.13 Perbandingan Biaya Laporan Laba Rugi Sebelum Dan Sesudah ...	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Kerangka Berfikir.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Biodata Penulis
- Lampiran 2 Daftar Wawancara
- Lampiran 3 Dokumentasi
- Lampiran 4 Bukti Konsultasi

ABSTRAK

Mukhammad Fikri Qoharudin. 2021, SKRIPSI. Judul: "Penerapan *Target Costing* sebagai Upaya Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet)"

Pembimbing : Yuliati, S.Sos., MSA

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

Perkembangan dunia yang semakin pesat, membuat persaingan antar usaha juga semakin ketat. Pemilik usaha menginginkan laba yang tinggi dengan biaya seminimal mungkin. Metode yang dapat digunakan untuk menekan biaya produksi adalah menggunakan metode *target costing*. Kabupaten Malang memiliki berbagai unit usaha makanan yang cukup digemari, salah satunya adalah unit usaha keripik pisang di UD. Cemilan Istimewa Sarang Walet. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana penggunaan pendekatan *target costing* dalam upaya pengurangan biaya produksi dalam peningkatan laba usaha.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Responden penelitian ini adalah UD Cemilan Istimewa Sarang Walet yang berlokasi di Turen, Kabupaten Malang. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan studi pustaka.

Berdasarkan hasil analisis, perhitungan *target costing* dilakukan melalui tahap rekayasa nilai dengan perubahan pemasok bahan baku utama. UD. Cemilan Istimewa Sarang Walet mampu melakukan penghematan biaya sebesar Rp. 9.381.500, atau Rp 413.90 per pcs. *Target costing* terbukti mampu dijadikan sebagai alat bantu efektif di UD Cemilan Istimewa Sarang Walet dalam upaya peningkatan laba. Setelah menerapkan metode *target costing*, laba yang diperoleh unit usaha sebesar 26% dari penjualan 22.666 pcs keripik pisang.

ABSTRACT

Mukhammad Fikri Qoharudin. 2021, THESIS. Title: "Application of Target Costing as an Effort to Increase Company Profits (Case Study at UD Cemilan Istimewa Sarang Walet) "

Pembimbing : Yuliati, S.Sos., MSA

Kata Kunci : target costing, value engineering, profit target

The development of the world is increasingly fast, making competition between businesses also increasingly tight. Business owners want high profits with minimal costs. The method that can be used to reduce production costs is to use the target costing method. Malang Regency has various food business units that are quite popular, one of which is the banana chips business unit at di UD. Cemilan Istimewa Sarang Walet.

The problem formulation of this research is how to use the target costing approach in an effort to reduce production costs in increasing operating profit. This study uses a descriptive type of research with a qualitative approach. The respondent of this research is di UD. Cemilan Istimewa Sarang Walet which is located in Turen, Malang Regency. Data collection techniques using interviews and literature study.

Based on the results of the analysis, the calculation of target costing is carried out through the value engineering stage by changing the main raw material supplier. di UD. Cemilan Istimewa Sarang Walet is able to save costs of Rp. 9,381,500, or IDR 413.90 per pcs. Target costing has proven to be able to be used as an effective tool at UD Cemilan Istimewa Sarang Walet in an effort to increase profits. After applying the target costing method, the profit earned by the business unit was 26% from the sale of 22,666 pcs banana chips.

نبذة مختصرة

محمد فكري قوه الدين .٢٠٢١، أطروحة. العنوان: "تطبيق التكلفة المستهدفة كجهد لزيادة أرباح الشركة (دراسة عن العمل. شمالان يستمع إلى مهاجمة والت)"

مشرف : يوليائي ، Sos ، MSA
الكلمات الدالة : تكلفة الهدف، هندسة القيمة ، أهداف الربح

إن تطور العالم سريع بشكل متزايد ، مما يجعل المنافسة بين الشركات أكثر صرامة أيضاً. يريد أصحاب الأعمال أرباحاً عالية بأقل التكاليف. الطريقة التي يمكن استخدامها لتقليل تكاليف الإنتاج هي استخدام طريقة التكلفة المستهدفة. مدينة مالانج لديها العديد من وحدات الأعمال الغذائية التي تحظى بشعبية كبيرة ، واحدة منها هي وحدة أعمال رقائق الموز في اعمال شمالان يستمع إلى مهاجمة والت. تتمثل مشكلة صياغة هذا البحث في كيفية استخدام نهج التكلفة المستهدفة في محاولة لتقليل تكاليف الإنتاج في زيادة الربح التشغيلي. تتمثل مشكلة صياغة هذا البحث في كيفية استخدام نهج التكلفة المستهدفة في محاولة لتقليل تكاليف الإنتاج في زيادة الربح التشغيلي. تستخدم هذه الدراسة نوعاً وصفيًا من البحث مع نهج نوعي. المستجيبون لهذا البحث هم عمل تجاري. عش السنونو الخاص تقع في تورين ، مدينة مالانج تقنيات جمع البيانات باستخدام المقابلات ودراسة الأدبيات.

بناءً على نتائج التحليل ، يتم حساب التكلفة المستهدفة من خلال مرحلة هندسة القيمة من خلال تغيير مورد المواد الخام الرئيسي. عمل تجاري. عش السنونو الخاص قادرة على تحقيق وفورات في التكاليف لروبية. ٩٣٨١٥٠٠ أو ٤١٣,٩٠ روبية إندونيسية لكل قطعة. ثبت أن التكلفة المستهدفة يمكن استخدامها كأداة فعالة في عمل تجاري. عش السنونو الخاص في محاولة لزيادة الأرباح. بعد تطبيق طريقة التكلفة المستهدفة ، بلغ الربح الذي حققته وحدة الأعمال ٢٦٪ من مبيعات ٢٢,٦٦٦ قطعة من رقائق الموز.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Unit usaha kecil dan menengah memiliki potensi yang cukup besar dalam upaya menciptakan peluang lapangan kerja menjanjikan. Malue (2013:950) menyatakan bahwa semakin pesatnya persaingan di semua lini usaha di era globalisasi ini, maka persaingan di pasar semakin pesat. Dampak perkembangan teknologi, jenis-jenis produk maupun jasa yang ditawarkan semakin beragam memaksa pemilik usaha untuk semakin giat mencari solusi terkait pengembangan produk sehingga dapat bertahan di pasar.

Produk makanan olahan sendiri kebanyakan menjadi primadona pada berbagai wilayah termasuk di Kabupaten Malang. Produk makanan yang cukup digemari di wilayah tersebut adalah makanan ringan. Dijelaskan bahwa tingkat permintaan pasar terkait dengan kripik pisang sebagai komoditas produk makanan ringan yang cukup menjanjikan dengan presentase peningkatan tiap tahunnya sebesar 10% (Aneka Keripik:2018). Diantara usaha kripik pisang yang ada di Malang yaitu UD Cemilan Istimewa Sarang Walet. Unit usaha ini berada di Kecamatan Turen, Kabupaten Malang yang menawarkan produk olahan berupa kripik pisang dengan berbagai varian rasa.

UD Cemilan Istimewa Sarang Walet merupakan usaha kecil menengah yang berdiri pada tahun 2009. Persaingan setiap unit usaha yang semakin ketat, membuat pemilik usaha dituntut untuk memiliki keunggulan tersendiri dari produknya agar dapat bertahan dan bersaing dengan produk kompetitif lainnya

di pasar. UD Cemilan Istimewa Sarang Walet yang baru berdiri di tahun 2009 sudah memiliki banyak pelanggan tetap dan omset yang terus mengalami kenaikan. Usaha yang sebelumnya hanya dikerjakan oleh pemilik, kini telah berkembang hingga memiliki beberapa karyawan. Varian rasa keripik pisang yang ditawarkan pun semakin beragam. Tujuan utama unit usaha ialah agar mampu mendapatkan laba yang diinginkan serta mampu mempertahankan lini usaha yang didirikan (Caroline dan Wakos, 2016:594).

Upaya penentuan harga jual yang kompetitif, unit usaha kecil maupun menengah perlu mempertimbangkan terkait penentuan harga jual. Berdasarkan data yang diperoleh, harga jual produk kripik pisang tiap bungkus yang dipasarkan oleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet seharga Rp 15.000 (Shopee:2020). Sementara itu, persaingan yang semakin kompetitif dipasaran dapat meningkatkan keuntungan yang maksimal tanpa mempengaruhi kualitas dan nilai yang akan diberikan kepada konsumen. Terkait harga jual yang sudah ditentukan, terkadang masih terdapat beberapa pesaing yang menjual produk mereka dengan harga berbeda. Sehingga, ketika menentukan harga jual produk, pemilik usaha menyesuaikan harga yang dipasaran dengan produk yang dimiliki. Penetapan harga jual produk harus menjadikan kebijakan yang perlu dipertimbangkan secara baik dan terintegrasi dengan benar agar tidak terjadi kerugian pada usaha tersebut.

Dalam penentuan harga jual, perlu adanya metode dalam menetapkan harga jual produk. Setiap harga jual produk harus mampu menutupi semua biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pembuatan produk sehingga dapat

memperoleh laba yang di inginkan (Anugerah, 2017:19). Ada beberapa metode perhitungan harga jual yang bisa dipakai, diantaranya ialah penetapan harga berdasarkan biaya, penetapan harga berdasarkan biaya pesanan, penetapan harga berdasarkan biaya aktivitas, penetapan harga berdasarkan biaya proses, penetapan harga berdasarkan siklus hidup, dan penetapan harga berdasarkan *target costing*.

Menurut Hasen dan Mowen (2013:361) “*target costing* adalah suatu metode yang digunakan sebagai salah satu cara untuk menetapkan biaya produksi berdasarkan harga (*target price*) yang mampu di beli oleh konsumen”. Metode *target costing* sangat bermanfaat dalam meningkatkan persaingan pasar usaha serta meningkatkan jumlah penawaran yang tak sebanding dengan jumlah permintaan. Apalagi, kekuatan pasar memberi pengaruh cukup besar terhadap harga produk. Metode ini dipilih karena unit usaha tidak perlu melakukan perombakan pada cara pemasaran maupun resep produk. Unit usaha hanya perlu melakukan pengaturan harga dengan melihat kemampuan konsumen dan biaya bahan baku.

Suatu unit usaha dalam mencapai tujuan yang diinginkan memerlukan pedoman untuk mencapainya. Pedoman yang harus dimiliki pemilik usaha yaitu bagaimana pemilik usaha menentukan biaya produksi. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan pemilik usaha dalam proses produksi dengan tujuan menghasilkan produk yang siap dipasarkan. Untuk mencapai tujuan, suatu unit usaha perlu menyelaraskan pengendalian biaya. Adanya pengendalian biaya produksi diharapkan akan mampu memberikan laba

maksimal dengan biaya pengeluaran minimum agar tujuan usaha dapat tercapai sesuai dengan keinginan pemilik usaha.

Suatu unit usaha dikatakan mampu bersaing dalam lingkungan pasar ketika usaha tersebut mampu menciptakan suatu inovasi produk serta harga produk lebih rendah atau sama dengan harga yang ditawarkan oleh para pesaing di pasar (Arifin, 2016:636). Dalam mencapai hal tersebut, unit usaha harus mampu memberikan solusi terbaik dalam mengurangi biaya yang harus dikeluarkan pada proses produksinya tanpa mengurangi kualitas produk. Salah satu upaya meminimalisir biaya dipasaran ialah metode *target costing*. Metode *target costing* mampu mengurangi biaya produksi, yang berdampak pada tingkat harga yang semakin kompetitif.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mendapatkan data dari unit usaha dan mengkaji dari berbagai jurnal terdahulu terkait dengan metode *target costing*. Pada jurnal penelitian terdahulu, terdapat beberapa perbedaan yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Raudatul dan Tries (2018) yang menyatakan bahwa penetapan *target costing* dapat digunakan sebagai alat penilaian efisiensi produksi untuk meningkatkan laba pada PT. Tasindo Central Perkasa. Hal ini dapat dilihat bahwa untuk tahun 2010 sebesar Rp. 3.278.232.000, tahun 2011 terjadi penghematan sebesar Rp. 3.298.160.000,- tahun 2012 terjadi penghematan sebesar Rp. 3.329.420.250,- dan pada tahun 2014 terjadi penghematan sebesar Rp. 3.360.151.000,-. Kemudian pada penelitian oleh Anggreini, Hendrik, dan Lidia (2018) mengungkapkan bahwa penerapan *target costing* dapat dijadikan

sebagai sistem pengendalian biaya produksi pada CV. Verel Tri Putra Mandiri. Perusahaan mampu menekan total jumlah biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan sebelum dan sesudah menggunakan metode *target costing* dari Rp. 13.269.000,- dapat ditekan hingga Rp. 12.765.000,-. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Fitriyah, Dina, dan Dwi (2018) menyatakan bahwa *target costing* dapat digunakan sebagai upaya efisiensi biaya produksi keripik apel di UD Ramayana Agro Mandiri Kota Batu berdasarkan sistem penjualan *online* dan *offline*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbandingan sistem penjualan secara *online* dan *offline* yaitu 20% dan 80%. Perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *tradisional costing* pada tahun 2018 sebesar Rp. 571. 643.700,- dengan keuntungan sebesar Rp. 344.196.300,-. Presentase laba yang didapatkan sebesar 42,08%. Penerapan *target costing* mampu menurunkan biaya produksi menjadi Rp. 433.537.380,- dengan keuntungan sebesar Rp. 482.302.620,- dengan margin laba sebesar 56,3% . Setiap penelitian terdahulu mempunyai perbedaan masing-masing dari segi penerapan *target costing*. Oleh karena itu, pada penelitian kali ini membahas penetapan *target costing* dalam upaya peningkatan laba unit usaha dengan metode *full costing*, dan rekayasa nilai dalam menentukan biaya produksi yang optimal untuk menentukan laba yang maksimal. Peneliti kali ini mengimplementasikan metode *target costing* dan metode *full costing* dalam upaya pengurangan biaya produksi untuk menghasilkan laba yang optimal sesuai dengan target yang diinginkan oleh unit usaha.

Terkait pentingnya *target costing*, maka UD Cemilan Istimewa Sarang Walet perlu memperhatikan kegiatan produksinya sesuai target, sebagai dasar untuk menetapkan harga jual produk dalam menghasilkan laba yang diinginkan oleh unit usaha. Adanya *target costing* diharapkan akan mampu memberikan manfaat dalam menentukan harga pokok agar memperoleh laba yang diinginkan oleh unit usaha. Sehingga dengan penggunaan pendekatan *target costing*, maka diharapkan dapat dijadikan sebagai alat penilaian efisiensi produksi pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penggunaan *target costing* terhadap upaya pengurangan biaya produksi pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet,

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini ialah bagaimana pendekatan *target costing* dapat dijadikan sebagai alat bantu dalam upaya pengurangan biaya produksi pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet dalam peningkatan laba usaha.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai adalah untuk mengetahui lebih jelas bahwa metode *target costing* dapat menjadi alat bantu di UD Cemilan Istimewa Sarang Walet dalam upaya pengurangan biaya produksi agar laba unit usaha dapat meningkat.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dijelaskan, semoga hasil dari penelitian ini dapat berguna bagi beberapa pihak sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pendalaman terkait ilmu akuntansi terkhususnya akuntansi manajemen dengan pendalaman teori *target costing*.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Unit Usaha

Sebagai tambahan pemikiran kepada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet dalam upaya menekan biaya serta dapat memberikan manfaat untuk usaha lainnya yang sejenis tentang penggunaan metode *target costing* dalam meminimalkan biaya dan memaksimalkan laba unit usaha. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang digunakan dalam upaya unit usaha untuk bersaing dengan unit usaha lain dalam menjalankan usaha.

b) Bagi Akademik

Sebagai bahan penelitian selanjutnya terkait metode *target costing* pada lini usaha terkait serta pengembangan yang baik lagi agar dapat memberikan manfaat untuk yang lain.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Table 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1.	Raudatul Firdaus dan Tries Ellisa Sandari (2018)	Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Pada PT. Tasindo Central Perkasa (Tas Koper)	Peneliti menggunakan metode analisis deskriptif	Dengan adanya penerapan metode <i>target costing</i> pada PT. Tasindo Central Perkasa lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini dapat dilihat bahwa untuk tahun 2010 sebesar Rp. 3.278.232.000, tahun 2011 terjadi penghematan sebesar Rp. 3.298.160.000,- tahun 2012 terjadi penghematan sebesar Rp. 3.329.420.250,- dan pada tahun 2014 terjadi penghematan sebesar Rp. 3.360.151.000,-.
2.	Anggreini Merry Sumakul, Hendrik Manossoh, dan Lidia M	Analisis Penerapan <i>Targer Costing</i> Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi	Jenis Penelitian Kualitatif dengan menggunakan metode	Hasil analisis yang dilakukan pada CV. Verel Tri Putra Mandiri dalam menerapkan <i>target costing</i> mampu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
	Mawikere (2018)	Pada CV. Verel Tri Putra Mandiri	analisis deskriptif	menekan total jumlah biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan sebelum dan sesudah menggunakan metode <i>target costing</i> dari Rp. 13.269.000,- dapat ditekan hingga Rp. 12.765.000,-.
3.	Gede Darmayasa, Nyoman Sujana, dan Iyus Akhmad Haris (2019)	Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Efisiensi Biaya Produksi Batako Pada UD. Darma Yasa Di Desa Panji, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng	Peneliti menggunakan metode deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari perhitungan sebelum penerapan <i>target costing</i> didapatkan total biaya per biji batako sebesar Rp. 1.929,75 sesudah penerapan <i>target costing</i> total biaya per biji batako sebesar Rp. 1808,7. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penerapan <i>target costing</i> biaya produksi batako lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan perusahaan saat ini.
4.	Fitriyah, Dina Novia Priminingtyas, dan Dwi	Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi	Peneliti menggunakan metode	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbandingan

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
	Retniningsih (2020)	Keripik Apel di UD Ramayana Agro Mandiri Kota Batu Berdasarkan Sistem Penjualan <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	analisis deskriptif	sistem penjualan secara <i>online</i> dan <i>offline</i> yaitu 20% dan 80%. Perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode <i>tradisional costing</i> pada tahun 2018 sebesar Rp. 571.643.700,- dengan keuntungan sebesar Rp. 344.196.300,-. Presentase laba yang didapatkan sebesar 42,08%. Penerapan <i>target costing</i> mampu menurunkan biaya produksi menjadi Rp. 433.537.380,- dengan keuntungan sebesar Rp. 482.302.620,- dengan margin laba sebesar 56,3% .
5.	Idrawahyuni, Muhammad Adil, Muhammad Nasrun, dan Dedi Akbar Herianto (2020)	Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi (Studi Pada UD. Winda Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan)	Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif	Dari hasil analisis mengenai penerapan <i>target costing</i> pada UD. Winda lebih efisien dibanding dengan yang dilakukan perusahaan selama ini. Dimana perusahaan mampu menghemat biaya

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
				sebesar 9% hingga 13% dari biaya yang dikeluarkan sebelum menggunakan metode <i>target costing</i> . Biaya produksi untuk lemari 2 pintu sebesar Rp. 971.620,- setelah menggunakan <i>target costing</i> menjadi Rp. 875.000,- untuk lemari 3 pintu sebesar Rp. 1.209.119,- menggunakan metode <i>target costing</i> besarnya biaya menjadi Rp. 1.050.000,-

Penelitian-penelitian terkait penerapan metode *target costing* sudah banyak dilakukan di Indonesia. Pada penelitian yang telah dijabarkan pada tabel diatas terdapat beberapa persamaan dan perbedaan. Dimulai dari penelitian Eza Raudatul Firdaus dan Tries Ellisa Sandari (2018) yang menjelaskan bahwa penerapan *target costing* pada PT. Tasindo Central Perkasa lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan.

Hasil penelitian Anggreini Merry Sumakul, Hendrik Manossoh, dan Lidia M Mawikere (2018), menyatakan bahwa, analisis yang dilakukan di CV. Verel Tri Putra Mandiri dalam menerapkan *target costing* mampu menekan total jumlah biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan sebelum dan sesudah

menggunakan metode *target costing* dari Rp. 13.269.000,- dapat ditekan hingga Rp. 12.765.000,-.

Hasil penelitian Gede Darmayasa, Nyoman Sujana, dan Iyus Akhmad Haris (2019) menunjukkan bahwa dari perhitungan sebelum penerapan *target costing* didapatkan total biaya per biji batako sebesar Rp. 1.929,75 sesudah penerapan *target costing* total biaya per biji batako sebesar Rp. 1808,7.

Hasil penelitian oleh Fitriyah, Dina Novia Priminingtyas, dan Dwi Retniningih (2020) menunjukkan bahwa perbandingan sistem penjualan secara *online* dan *offline* yaitu sebesar 20% dan 80%. Perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *tradisional costing* pada tahun 2018 sebesar Rp. 571. 643.700,- dengan keuntungan sebesar Rp. 344.196.300,-. Presentase laba yang didapatkan sebesar 42,08%. Penerapan *target costing* mampu menurunkan biaya produksi menjadi Rp. 433.537.380,- dengan keuntungan sebesar Rp. 482.302.620,- dengan margin laba sebesar 56,3% .

Hasil penelitian Idrawahyuni, Muhammad Adil, Muhammad Nasrun, dan Dedi Akbar Herianto (2020) menunjukkan bahwa *target costing* mampu menghemat biaya sebesar 9% hingga 13%. Biaya produksi untuk lemari 2 pintu sebesar Rp. 971.620,- setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 875.000,-.

Persamaan dari kelima penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan metode *target costing* sebagai analisis. Terkait penelitian yang akan dilakukan sekarang hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Raudatul Firdaus dan Tries Ellisa Sandari (2018) yaitu terkait tujuan penelitian

untuk mengoptimalkan peningkatan laba. Selain persamaan, penelitian ini juga memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu terkait manajemen produksi dengan subjek yang digunakan oleh penulis dalam upaya mengimplementasikan metode *full costing* dan rekayasa nilai untuk menentukan biaya produksi yang lebih optimal. Perbedaan lainnya yaitu objek penelitian yang digunakan oleh penelitian terdahulu. Metode *target costing* diterapkan pada jenis usaha mebel, keripik apel, roti, batako, dan tas koper. Pada penelitian ini, penulis akan menerapkan *target costing* pada usaha kripik pisang UD Cemilan Istimewa Sarang Walet Turen – Malang menggunakan metode deskriptif komparatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Target Costing

Target costing adalah proses penetapan harga jual dimana unit usaha dapat menjual produk atau jasa, yang kemudian produk atau jasa tersebut mampu diproduksi dengan biaya yang rendah untuk menghasilkan margin laba yang mencukupi. Pada metode *target costing* sangat berbeda dengan metode lainnya, dimana pada metode ini pertama yang dilakukan adalah menentukan harga pasar atau pesaing terlebih dahulu. Menurut Rudianto (2006:269)

Target costing adalah metode penentuan biaya produksi dimana unit usaha menentukan biaya produksi terlebih dahulu yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar *kompetitif*, dengan demikian harga unit usaha dapat memperoleh laba yang diharapkan.

Dengan rumus sebagai berikut:

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

Mulyadi (2012:14) menyatakan terkait biaya produksi itu sendiri dijelaskan sebagai biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dipasarkan. Penjelasan terkait *target costing* di atas dapat disimpulkan bahwa efisiensi biaya produksi merupakan hal perlu diperhatikan oleh suatu unit usaha untuk mencapai target laba yang optimal. Oleh karena itu sumber daya yang efisiensi dapat menjadi salah satu upaya dalam memaksimalkan keuntungan. Unit usaha dalam menetapkan biaya pengeluaran produksi harus tepat, agar efisiensi biaya produksi dapat secara tepat untuk diterapkan di unit usaha.

2.2.1.1 Prinsip-prinsip *target costing*

Pada *target costing* terdapat beberapa prinsip yang harus diperhatikan secara detail, menurut Kusuma dan Ayu Noorida Soernono (2008) prinsip yang wajib diperhatikan terkait metode *target costing* sebagai dasar utama metode tersebut, antara lain:

1. *Price Led Costing*

Prinsip yang dimana dalam menetapkan target biaya dilakukan dengan mengurangi *required profit margin* dari harga pasar yang diinginkan. Terkait harga pasar yang oleh situasi pasar maka target laba itu sendiri ditentukan sebagai persyaratan keuangan suatu suatu unit usaha. Dalam *Price Led Costing* terdapat hal penting yang harus diketahui, yaitu:

- a) Harga pasar menjelaskan terkait rencana produk dan laba. Pada proses analisis rencana produk perlu dilakukan sesering mungkin agar

portofolio produk unit usaha dapat menghasilkan margin laba yang konsisten dan dapat diandalkan oleh unit usaha.

- b) *Competitive intelligence* dan analisis pasar yang aktif merupakan proses penggerakan *target costing*. Harga pasar digunakan sebagai upaya untuk melindungi ancaman dan tantangan yang kompetitif. Menurut Supriyatna (2010) penggunaan metode *target costing* pada biaya produksi dapat tercapai dengan menggunakan rumus ini:

Formula	: $TC_i = P_i - M_i$
Keterangan	:
TC _i	= Target Cost (target biaya) per unit produksi
P _i	= Harga jual per unit produk i
M _i	= Laba per unit produk i

2. *Focus On Customers*

Dimana penggerak *target costing* dijalankan oleh pasar (*market driver*). Terkait akan kebutuhan pelanggan atas kualitas, biaya dan waktu secara *simultan diintegrasikan* ke dalam produk dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan berkenaan dengan desain dan perhitungan harga pokok produk (Kusuma dan Ayu Noorida Soerono: 2008).

3. *Focus on Design*

Pengendalian biaya yang ditentukan dari tahap desain produk dan tahap desain proses produksi, yang dimana setiap proses perubahan rekayasa yang dilakukan sebelum proses produksi berlangsung, dengan tujuan menekan biaya dan mengurangi waktu dalam proses produksi. Menurut Wiguna dan Sormin (2007) ada empat prinsip dalam mengimplikasikan desain ini, diantaranya:

- a) Sistem *target costing* sebagai pengelola biaya sebelum biaya itu terjadi.
- b) Sistem *target costing* sebagai penyaring keputusan perancangan melalui suatu *customer value impact assesment* sebelum diintegrasikan ke dalam desain.
- c) Sistem *target costing* mendorong semua fungsi unit usaha yang berpartisipasi untuk menguji desain, sehingga perubahan produk dan perancangan dilakukan sebelum produk diproduksi.
- d) *Target costing* mendorong *simultaneous engineering* dari produk dan proses daripada *sequential engineerin*. Hal ini mengurangi waktu pengembangan dan biaya dengan memungkinkan masalah lebih cepat diatasi dalam proses.

4. *Tim Cross-Functional*

Menurut Wiguna dan Sormin (2007), *target costing* menggunakan tim produk dan proses, dengan anggota-anggota dari desain dan perancangan *manufacturing*, produksi, penjualan dan pemasaran, pengadaan material, akuntansi biaya, servis serta pendukung. Tim lintas fungsional ini juga termasuk peserta dari luar, seperti pemasok, pelanggan, *dealer*, distributor, dan penyedia servis.

5. Pengurangan Biaya dalam Siklus Hidup (*life Cycle*)

Melakukan proses meminimalkan biaya selama daur hidup produk diantaranya harga bahan baku, biaya operasi, biaya pemeliharaan, dan biaya distribusi.

6. *Value Chain Involvement* (Keterlibatan Rantai Nilai)

Pelibatan seluruh anggota dalam rantai nilai dari pemasok, distributor, serta pelanggan yang dilibatkan dalam proses *target costing*. Dalam *target costing* mengembangkan usaha hubungan jangka panjang kolaboratif dengan seluruh anggota unit usaha yang diperluas, guna untuk saling menguntungkan satu sama lain dengan pemasok dan anggota anggota lain dari rantai nilai seperti distributor (Wiguna dan Sorimin:2007).

2.2.1.2 Penentuan Biaya Target Untuk Penentuan Harga Target

Menurut Hongren, Datar dan Foster (2006) harga target ialah suatu perkiraan harga pada tiap produk yang mampu di bayar oleh calon pelanggan. Dasar dari perkiraan ini dari pemahaman terkait nilai yang dipersepsi pelanggan atas sebuah produk dan berapa pesaing akan memberi harga produk yang bersaing itu. Organisasi penjualan dan pemasaran sebuah perusahaan melalui kontak dan interaksi yang dekat dengan para pelanggan, biasanya merupakan posisi terbaik untuk mengenali kebutuhan pelanggan dan nilai pandangan mereka terhadap sebuah produk. Perusahaan juga melakukan penelitian pasar tentang fitur produk yang diinginkan pelanggan dan harga yang bersedia mereka bayar untuk fitur tersebut. Memahami apa yang dinilai pelanggan merupakan sebuah aspek kunci yang berfokus pada pelanggan.

2.2.1.3 *Target Costing* Dalam Presepektif Islam

Biaya produksi dalam presepektif islam dapat diartikan sebagai biaya yang dikeluarkan pada suatu unit usaha untuk memperoleh penghasilan

dan penambah nilai guna usaha sebagai tujuan hidup manusia sebagaimana digariskan dalam agama islam baik itu dari sisi fisik materialnya maupun dari sisi moralitasnya untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberikan pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.*” (QS. An-Nisa:58)

Pada Ayat diatas mengidentifikasi amanat yang harus disampaikan kepada seseorang yang berhak untuk menerimanya. Allah juga menegaskan kepada manusia agar dalam bertindak harus secara adil dan benar baik itu dalam hal menentukan harga jual yang harus sesuai dengan besarnya pengeluaran yang digunakan dalam mengelola produk tersebut. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa segala macam bentuk proses produksi sangat tergantung kepada subjek yang memproduksi yaitu manusia itu sendiri.

لَيْسَ عَلَيْكَ هُدَاهُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ ۗ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَلِأَنْفُسِكُمْ ۗ وَمَا تُنْفِقُونَ إِلَّا ابْتِغَاءَ وَجْهِ اللَّهِ ۗ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ يُؤَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ

“*Bukanlah kewajibanmu menjadikan mereka mendapat petunjuk, akan tetapi Allah-lah yang memberi petunjuk (memberi taufiq) siapa yang dikehendaki-nya. Dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan (dijalan Allah), maka pahalanya itu untuk kamu sendiri. Dan janganlah kamu membelanjakan sesuatu melainkan karena mencari keridhaan Allah, dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan, niscaya kamu akan diberi pahalanya dengan cukup sedangkan kamu sedikitpun tidak akan dianiaya (dirugikan).*” (QS. Al-Baqoroh:272)

Hal yang penting dalam proses produksi merupakan modal. Harta merupakan modal yang cukup dari Allah yang diberikan untuk manusia dalam proses pemenuhan kebutuhan secara material.

Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan proses pengorbanan yang terjadi atau akan terjadi secara ekonomis dalam upaya mencapai keuntungan, dan dalam fiqih dijelaskan bahwa biaya imbalan atau biaya pengganti dan biaya yang tidak ada penggantinya disebut kerugian. Sedangkan biaya produksi dalam perspektif Islam ialah biaya yang dikeluarkan pada suatu unit usaha untuk memperoleh penghasilan dan penambah nilai guna usaha sebagai tujuan hidup manusia sebagaimana digariskan dalam agama Islam baik itu dari sisi fisik materialnya maupun dari sisi moralitasnya untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat.

2.2.2 Definisi *Full Costing*

Menurut Hariadi (2020), *full costing* merupakan suatu metode yang digunakan untuk menghitung seluruh biaya produk baik secara tetap maupun variable untuk menentukan nilai persediaan yang dijual oleh unit usaha. *Full costing* itu sendiri dijadikan sebagai metode untuk menentukan harga pokok produk yang dihitung dari semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, baik itu dari biaya material produk, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, maupun biaya yang berperilaku variable tetap ataupun tidak tetap.

Menurut Mulyadi (2012), kelemahan pada metode *full costing* ialah ketidaktepatan metode ini apabila dijadikan sebagai upaya untuk kepentingan perencanaan dan pengambilan keputusan suatu unit usaha. karena jika adanya selisih antara produksi dan penjualan, sangat memungkinkan akan terjadi titik impas sehingga suatu unit usaha akan memperoleh laba. Terkait kelemahan *full costing* dalam segi perencanaan, terdapat pendukung *variable costing* yang menjelaskan bahwa informasi biaya variable dijadikan sebagai informasi yang bermanfaat dalam penentuan harga untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan pada informasi *full costing*. Oleh karena itu metode *variable costing* memfokuskan pada perilaku biaya dan memungkinkan penggunaan laporan *contribution margin*. Manajemen dapat dengan mudah memperkirakan pengaruh perubahan harga jual pada volume dan pengaruh perubahan volume pada besarnya biaya.

Untuk menghindari kesalahan dalam pengambilan keputusan menggunakan metode *full costing*, manajemen mengantisipasi perubahan-perubahan yang memungkinkan terjadi dalam jumlah persediaan dan biaya per unit. Laba dan rugi unit usaha tidak tergantung hanya pada penjualan tetapi juga pada produksi. Jika menggunakan metode *variable costing*, laba atau rugi hanya bergantung dari tingkat penjualan.

Untuk menghindari terjadinya perubahan profit yang tidak dapat diperkirakan dapat dilakukan dengan menggunakan tarif biaya *overhead* yang normal yaitu tarif yang didasarkan atas aktivitas produksi yang konstan selama beberapa tahun dari pada didasarkan atas aktivitas yang diharapkan sekarang.

Sehingga harga pokok per unit diharapkan konstan tiap tahun ke tahun. Menurut mulyadi (2012), perhitungan biaya *full costing* terdapat beberapa unsur-unsur biaya, yaitu:

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya <i>overhead</i> pabrik:	
- Tetap	XXX
- Variabel	<u>XXX</u> +
- Biaya produksi	XXX

2.2.3 Definisi Rekayasa Nilai

Salah satu cara untuk menurunkan biaya produk dengan menggunakan rekayasa nilai pada *target costing*. Penurunan biaya dapat dilihat dari dua hal, yaitu jenis atau level yang berbeda dalam segi fungsionalitas produk serta biaya total. Tahap penting untuk melakukan rekayasa nilai yaitu dengan melakukan analisis penilaian terhadap produk yang mengalami perbaikan pada tahap desain. Cara ini digunakan untuk mengetahui bagaimana harapan konsumen terhadap produk baru yang akan dibuat (Blocher *et al.* 2000). Dalam mengklasifikasikan produk berdasarkan fungsionalnya, maka perusahaan perlu mengenali karakteristik produk yang dihasilkan untuk membantu perusahaan dalam merekayasa nilai produknya dengan tepat. Klasifikasi produk berdasarkan fungsinya terdiri dari sebagai berikut:

1. Kelompok produk yang fungsinya relative mudah ditambah atau dikurangi

Produk-produk dalam kelompok ini sering mengalami perubahan model. Dalam menghadapi produk kelompok ini, menurut perusahaan

untuk selalu melakukan inovatif karena *cycle life product* tersebut pendek (Rudianto, 2013). Produk yang terdapat pada kelompok ini seperti produk elektronik, mobil, *computer software*, kamera, dan produk lain yang sering mengalami perbaikan. Rekayasa nilai untuk perusahaan mobil bisa berupa tampilan yang baru dengan tambahan fasilitas keamanan (Blocher *et al*, 2000).

Sedangkan menurut Rudianto (2013), peran rekayasa nilai produk dengan fungsionalitas tidak stabil dibutuhkan melalui analisis fungsional. Manajemen unit usaha harus mengkaji dari segi fungsi pokok dan biaya tiap fungsi produk, sehingga dapat diseimbangkan antara keduanya. Dimana fungsi produk yang diharapkan konsumen dapat tercapai dengan tetap mempertahankan biaya rendah. Tujuan analisis fungsional itu sendiri adalah untuk keseimbangan antara tampilan dan biaya. Tampilan yang diharapkan untuk setiap fungsi yang berusaha dicapai, sedangkan biaya untuk mencapainya bisa dipertahankan lebih rendah dari target biaya yang ditetapkan oleh unit usaha.

2. Kelompok produk yang fungsinya relative setabil

Pada kelompok produk ini, produk jarang mengalami perubahan dalam model karena selera konsumen yang jarang mengalami perubahan. Untuk merancang fungsionalitas yang relatif stabil, perusahaan membuat peralatan khusus dan produk-produk industri, seperti alat kontruksi, truk, peralatan kedokteran, dan produk lain yang preferensi konsumennya lebih stabil. Menurut Blocher *et al* (2000), dalam melakukan rekayasa

nilai pada produk ini, tim desain perlu melakukan beberapa tahap yang relevan dengan karakteristik produk, diantara yaitu:

- a) Tim desain menyiapkan beberapa desain produk yang memiliki biaya rendah dan kompetitif, dimana setiap desain memiliki kualitas yang serupa dengan tampilan dan biaya yang berbeda.
- b) Tim desain bekerja sama dengan tim biaya untuk menentukan desain terbaik dengan tidak melebihi hasil perhitungan *target costing* sekaligus memenuhi selera konsumen.

2.2.4 Laba

Pencapaian laba oleh suatu unit usaha merupakan salah satu ukuran tolak ujur yang dijadikan pertimbangan oleh investor atau kreditor ketika mengambil keputusan dalam melakukan investasi. Ketika suatu unit usaha melaporkan laba yang tinggi, maka hal itu akan memberikan kabar yang baik untuk investor yang menanamkan modalnya karena ia akan memperoleh dividen atas kepemilikan saham yang telah dimilikinya. Bagi kreditor, ia merasa yakin akan mendapatkan pendapatan bunga dan pengembalian pokok pinjaman yang telah diberikan ke unit usaha tersebut (Riyatno:2007). Sedangkan menurut Rudiantio (2006:2) laba merupakan selisih antara pendapatan atas penjualan barang atau jasa dari hasil proses transaksi dengan pelanggan.

Laba adalah selisih antara pendapatan dan biaya yang timbul dalam proses yang dilakukan oleh unit usaha selama satu periode, karena laba merupakan tujuan utama di suatu unit usaha, maka suatu usaha dapat dilihat secara garis besar pada laba yang diraihinya (Dharmanegara, 2010:70), Laba

akan memberikan kemakmuran terhadap pemilik usaha. Perolehan laba yang minim tentu tidak diinginkan oleh pemilik usaha. Sementara ketika memperoleh laba yang terlalu besar, hal tersebut tidak disenangi oleh konsumen dan berdampak pada daya beli konsumen. Maka dalam perencanaan laba merupakan hal penting dalam suatu unit usaha yang berlangsung.

2.2.5 Biaya

2.2.5.1 Pengertian biaya

Menurut Mulyadi (2012:8) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau diperkirakan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Prawironegoro dan Purwanti (2009:19) menyatakan bahwa biaya merupakan pengorbanan kas ataupun setara kas dalam memproduksi dan memperoleh keuntungan dimasa mendatang.

2.2.5.2 Klasifikasi Biaya

Faktor yang saling berkaitan dalam aktivitas bisnis suatu unit usaha merupakan biaya. Menurut Mulyadi (2012:13) akuntansi biaya diartikan sebagai tujuan yang digunakan dalam proses penyajian informasi untuk menentukan harga pokok produk, pengendalian biaya dan pengambilan keputusan. Selain itu, pengklasifikasian biaya harus disesuaikan dari informasi biaya yang akan disajikan. Maka dalam pengklasifikasian biaya terdapat beberapa klasifikasi, diantaranya:

1) Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Contoh dari nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka ketika semua

pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar.

2) Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Pada perusahaan manufaktur terdapat tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

- a) Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut obyek pengeluarannya, biaya produksi dapat dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.
- b) Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
- c) Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.

3) Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

- a) Biaya langsung (*direct cost*), yaitu biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai.
- b) Biaya tidak langsung (*indirect cost*), yaitu biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung

dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik.

- 4) Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

Menurut Bustami (2013:37) pengelompokan biaya dalam hubungan dengan volume biaya atau perilaku biaya dapat digolongkan menjadi empat, diantaranya:

- a) Biaya variabel, adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya, perlengkapan, bahan bakar, biaya pengiriman barang dll.
 - b) Biaya semi variabel, adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Dalam biaya semi variable mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel. Contohnya, biaya listrik, telepon dan air, bensin dll
 - c) Biaya semi tetap, adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu. Contohnya, gaji presiden direktur, asuransi kecelakaan dll.
 - d) Biaya tetap, adalah biaya yang tetap jumlah totalnya dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contohnya: biaya gaji direktur produksi.
- 5) Penggolongan biaya menurut jangka waktu manfaatnya

Menurut Mulyadi (2012:16) atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- a) Pengeluaran modal (*capital expenditure*), adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Contohnya: pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva, biaya depresiasi, dan biaya amortisasi.
- b) Pengeluaran pendapatan, adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contohnya: biaya iklan dan biaya tenaga kerja.

2.2.5.3 Biaya produksi

Menurut Bustomi (2013:12) biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Hansen dan Mowen (2013:56) juga menyatakan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa.

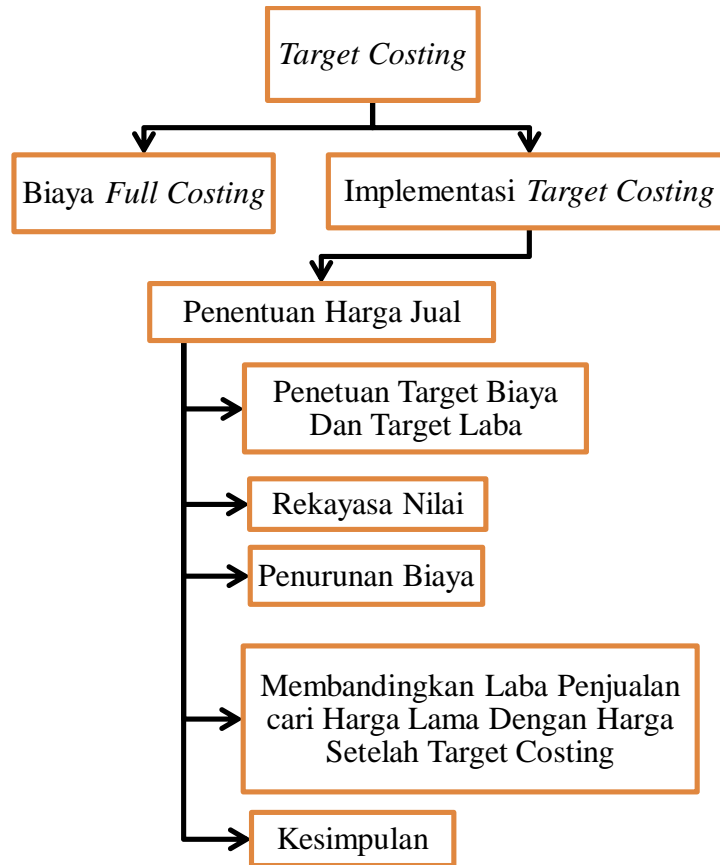
Sedangkan menurut Riwayadi (2014:47) biaya produksi adalah biaya yang terjadi pada fungsi produksi. Biaya produksi sangat berpengaruh dalam suatu kegiatan produksi, karena sangat menentukan harga pokok penjualan dari produk yang dihasilkan dalam suatu perusahaan serta mencerminkan pengorbanan sumber dana yang dilakukan oleh pihak produsen untuk menghasilkan suatu produk.

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir ini akan menjelaskan model konseptual terkait bagaimana keberlangsungan teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Adapun masalah-

masalah yang dianggap penting dalam penelitian ini adalah penerapan metode *target costing* dapat menekan biaya produksi dan memaksimalkan laba. Berdasarkan uraian di atas, gambaran menyeluruh penelitian ini yang mengangkat penelitian mengenai penerapan metode *target costing* dalam upaya pengurangan biaya produksi untuk peningkatan laba perusahaan. Berikut merupakan gambaran kerangka pemikiran dari penelitian ini:

Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif yang menggambarkan keadaan objek atau persoalannya. Menurut Nazir (2011:54) tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Adapun objek penelitian adalah penerapan *target costing* terhadap peningkatan laba unit usaha.

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di UD Cemilan Istimewa Sarang Walet Turen – Malang. Obyek penelitian yang digunakan pada penelitian adalah penerapan *target costing* terhadap peningkatan laba unit usaha. Dipilihnya UD Cemilan Istimewa Sarang Walet sebagai objek penelitian karena usaha ini memiliki pangsa pasar yang tinggi dengan omset cukup tinggi tiap bulannya. Pemilihan bahan baku pisang yang digunakan oleh unit usaha tersebut, memanfaatkan hasil perkebunan sekitar daerah tersebut.

3.3 Subjek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membantu meningkatkan laba pada produksi kripik pisang. Oleh karena itu, subjek yang digunakan oleh peneliti yaitu pemilik dan pegawai pada UD. Cemilan Istimewa Sarang Walet Turen - Malang

3.4 Sumber dan Jenis Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, yaitu data yang berisikan informasi mengenai biaya-biaya dan proses produksi pada produk selama tahun 2019 yang diperoleh dari pemilik usaha UD. Cemilan Istimewa Sarang Walet. Data yang dibutuhkan ialah data mengenai biaya-biaya utama dalam kegiatan produksi.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data internal, yaitu data yang diperoleh dari dalam unit usaha yang terdiri atas data primer dan data sekunder.

a) Data Primer

Data ini didapat dari hasil wawancara langsung dengan pihak yang bersangkutan dalam unit usaha, seperti pemilik usaha, penanggung jawab produksi, dan bagian-bagian yang bersangkutan dengan produksi dan pemasaran, sehingga dapat diperoleh keterangan yang dibutuhkan sehubungan dengan masalah yang diteliti, yakni prosedur proses produksi.

b) Data Sekunder

Data ini diperoleh dari data yang sudah ada di unit usaha dalam bentuk dokumen dan informasi lain terutama pada informasi biaya yang terjadi dalam proses produksi yang dapat membantu dalam menentukan berapa besar biaya yang dibutuhkan dalam pembuatan produk, seperti laporan biaya bahan baku.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Upaya memperoleh data serta keterangan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mendapatkan data yang menyangkut kondisi dan posisi perusahaan, struktur organisasi, aktivitas perusahaan, dan sejarah perusahaan.
2. Wawancara, yaitu bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya secara langsung kepada manajemen bagian produksi tersebut tentang data penjualan, keunggulan produk, dan informasi lain yang erat kaitannya dengan masalah penelitian.
3. Dokumentasi, yaitu cara pengumpulan data melihat catatan/dokumen yang ada dalam perusahaan berupa anggaran biaya, anggaran penjualan dan laba, laporan biaya produksi, serta laporan biaya non produksi dan laporan keuangan khususnya laporan laba/rugi yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.6 Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif komparatif, yaitu suatu metode yang dilakukan dengan mengumpulkan, mengklasifikasikan, serta menginterpretasikan data hasil pengolahan untuk menggambarkan hasil penelitian dan membandingkan perbandingan teknis (data sekunder) dengan keadaan yang sebenarnya pada unit usaha untuk kemudian diambil kesimpulan. Selama penelitian, terdapat beberapa teknik analisis data yang digunakan, diantaranya sebagai berikut:

3.6.1 Metode *Full Costing*

Metode *full costing* digunakan untuk menganalisis penggunaan biaya produksi dengan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan. Tujuan yang dilakukan yaitu untuk menghitung jumlah biaya bahan baku yang dikeluarkan, biaya tenaga kerja langsung yang digunakan, serta biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan selama proses produksi berlangsung. Adapun perhitungan biaya produksi dengan metode *full costing* menurut Sugianto (2007), sebagai berikut:

- a. Menghitung biaya bahan baku yang keluar per bungkus pada tahun 2020 pada satu hari produksi. Perhitungan dilakukan dengan cara membagi total biaya bahan baku yang keluar dengan total produksi. Biaya bahan baku dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Biaya bahan baku} = \frac{\text{Total bahan baku langsung}}{\text{total produksi}}$$

- b. Menghitung biaya tenaga kerja langsung dilakukan dengan penjumlahan upah tenaga kerja berdasarkan data yang diperoleh pada perusahaan. Biaya tenaga kerja dihitung berdasarkan kepada jumlah jam kerja karyawan dengan satuan kerja karyawan adalah rupiah/HOK. Biaya tenaga kerja dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Biaya tenaga kerja} = \frac{\text{Total biaya tenaga kerja langsung}}{\text{total produksi}}$$

- c. Menghitung biaya *overhead* pabrik dapat dilakukan dengan menjumlahkan seluruh pengeluaran yang ada yang tidak termasuk kedalam biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* bisa berupa biaya

peralatan, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya listrik, biaya air, dan sebagainya. Biaya *overhead* pabrik dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Biaya } \textit{overhead} \text{ pabrik} = \frac{\text{Total biaya } \textit{overhead} \text{ pabrik}}{\text{total produksi}}$$

- d. Menghitung biaya non-produksi perbungkus yang diproduksi selama setahun terakhir. Penghitungan dapat dilakukan dengan cara menjumlahkan biaya penjualan produk perbungkus dengan jumlah biaya administrasi persatuan. Pada tiap kegiatan administrasi dilakukan total biaya administrasi yang keluar dibagi dengan jumlah total biaya produksi. Begitu juga pada tiap kegiatan penjualan dilakukan total biaya penjualan dibagi dengan jumlah total biaya produksi. Adapun perhitungan biaya non-produksi dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Biaya penjualan} = \frac{\text{Total biaya penjualan}}{\text{total produksi}}$$

$$\text{Biaya administrasi} = \frac{\text{Total biaya administrasi}}{\text{total produksi}}$$

$$\text{Biaya non-produksi} = \text{biaya penjualan} + \text{biaya administrasi}$$

- e. Menyajikan tabel perhitungan laporan laba rugi pada penjualan produk di perusahaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung laporan laba rugi adalah sebagai berikut:

$$\text{Penjualan produk} = \text{harga jual produk} \times \text{total produksi}$$

$$\text{Harga pokok produksi} = \text{total biaya produksi}$$

$$\text{Laba kotor} = \text{penjualan} - \text{harga pokok produksi}$$

$$\text{Laba bersih} = \text{laba kotor} - \text{biaya non produksi}$$

- f. Menghitung margin laba pada produk dengan cara mengurangi harga jual produk keseluruhan dengan total biaya keseluruhan dan kemudian dikali dengan 100. Rumus yang digunakan dalam menghitung margin *profit* dapat dilakukan sebagai berikut:

$$\text{Margin laba} = (\text{harga jual} - \text{total biaya}) \times 100\%$$

3.6.2 Metode *Target Costing*

Menurut Kusuma dan Ayu Noorida Soerono (2008) teknik analisis data yang digunakan dalam menerapkan *target costing* terdiri atas lima langkah. Berikut ini langkah-langkah yang digunakan dalam\ pengimplementasian dengan metode *target costing* yaitu:

1. Menentukan harga pasar,
2. Menentukan laba yang diharapkan,
3. Menghitung biaya target (*target cost*) pada harga pasar yang dikurangi dengan laba yang diharapkan,
4. Menggunakan rekayasa nilai (*value engineering*) untuk mengidentifikasi cara yang dapat menurunkan biaya produk, dan / atau
5. Perbandingan terkait data penjualan perusahaan dengan harga setelah *target costing*

Berdasarkan tahapan-tahapan diatas, untuk mendapatkan hasil dari penerapan metode *target costing*,g terdapat satu metode untuk mengendalikan biaya-biaya pada perusahaan, yaitu pada tahap keempat. Seperti yang diungkapkan Tandiontong dan Anggraini (2011) bahwa tahapan terakhir adalah jika *target cost* tersebut tidak dapat dicapai maka lakukan *value engineering* dan atau *kaizen costing* untuk menurunkan

biaya sehingga *target cost* dapat dicapai. Objek penelitian menerapkan metode rekayasa nilai (*value engineering*). Rekayasa nilai (*value engineering*) adalah evaluasi sistematis atas desain *engineering* suatu proyek untuk mendapatkan nilai yang paling tinggi bagi setiap uang yang dikeluarkan dan mengkaji dan memikirkan berbagai komponen kegiatan dalam kaitannya antara biaya terhadap fungsinya dengan tujuan untuk mendapatkan penurunan biaya proyek secara keseluruhan (Labombang, 2007).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

UD Cemilan Istimewa Sarang Walet merupakan usaha keluarga dengan skala industri rumah tangga. Pada awal tahun 2009, Ibu Liza Hurroti yang bekerja di salah satu KUD yang berada di daerah Malang Selatan berinisiatif untuk menjadi *reseller* snack untuk menambah penghasilan. Saat menjadi *reseller* snack, Ibu Liza Hurroti memiliki keinginan untuk mendirikan usaha pembuatan snack sendiri. Hal itu didukung dengan hobi memasak dari Ibu Liza Hurroti sendiri. Langkah pertama yang diambil Ibu Liza Hurroti adalah *resign* dari pekerjaannya di KUD dan memulai usahanya membuat snack. Saat itu snack hasil buatan Ibu Liza masih ditawarkan pada tetangga dan kerabat dekat. Tetangga dan kerabat dekat Ibu Liza memberikan respon positif dan dukungan yang akhirnya membuat Ibu Liza yakin untuk membuat usaha pembuatan snack.

Awal dari usaha pembuatan snack Ibu Liza membuat sendiri dan dititipkan di warung di daerah Turen. Seiring berjalannya waktu, usaha berkembang dengan pesat. Suami Ibu Liza kemudian ikut *resign* dari KUD dan menekuni usaha pembuatan snack. Snack pertama yang dibuat adalah kripik pisang rasa coklat dengan merek dagang sarang walet. Awal dari penamaan sarang walet karena pemilik usaha ingin membuat snack yang

bermanfaat bagi kesehatan seperti sarang walet yang memiliki banyak manfaat atau khasiat.

Awalnya unit produksi kripik pisang sarang walet hanya dikerjakan Ibu Liza dan suaminya, Bapak Mashari. Seiring dengan permintaan pasar yang tinggi akan kripik, pemilik mulai merekrut tetangganya sebagai pekerja. Bentuk perusahaan UD Cemilan Istimewa Sarang Walet sejak awal berdiri hingga saat ini adalah perusahaan perorangan, dimana seluruh modal dan asetnya dimiliki oleh satu orang yaitu pendiri perusahaan, Ibu Liza. Bentuk ini dipertahankan dengan alasan besarnya modal, ukuran perusahaan, dan kemudahan dalam mengelola perusahaan. UD Cemilan Istimewa Sarang Walet memiliki jumlah modal dan ukuran perusahaan yang relatif masih kecil, sehingga dirasa lebih mudah jika dimiliki dan dikelola oleh perseorangan. Sampai saat ini ada 6 varian produk kripik pisang yang dibuat, yaitu kripik pisang rasa coklat, rasa pedas manis, rasa durian, rasa jeruk, rasa nangka, dan rasa original. Berikut adalah gambaran profil perusahaan :

Nama : UD Istimewa Sarang Walet.

Alamat : Jalan Ringin Raya RT: 01 RW: 02 Gedok Wetan

Kabupaten : Malang

Provinsi : Jawa Timur

Produk : Keripik Pisang

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

4.1.2.1 Visi Perusahaan

Melayani pelanggan dengan semangat selalu berinovasi yang efektif dan efisien serta terus mengembangkan perusahaan kearah perbaikan produksi, perbaikan pemasaran serta kepuasan pelanggan.

4.1.2.2 Misi Perusahaan

1. Meningkatkan pelayanan bagi agen, distributor maupun tingkat pengecer serta meningkatkan kesejahteraan karyawan.
2. Meningkatkan mutu produk dan pelayanan kepada pelanggan.
3. Meningkatkan efisiensi dan produktifitas kerja.
4. Mengadakan penelitian dan pengembangan manajemen.

4.1.3 Produk UD Cemilan Istimewa Sarang Walet

Awal berdirinya UD Cemilan Istimewa Sarang Walet sampai sekarang, keripik pisang yang dihasilkan mempunyai bentuk irisan lonjong, serta dikemas dengan kemasan 190 gr ukuran 18x25. Keripik pisang UD Cemilan Istimewa Sarang Walet memproduksi 5 macam varian rasa, yaitu:

- 1 Coklat
- 2 Mocca
- 3 Pedas Manis
- 4 Durian
- 5 Jeruk

Hasil wawancara dengan pemilik usaha mengungkapkan bahwa produk yang dijual ada 5 varian rasa keripik pisang, dengan harga Rp 15.000 per pcs.

Dalam sekali produksi UD Cemilan Istimewa Sarang Walet dapat memproduksi keripik pisang sebanyak 30-40 kg dan dalam seminggu mampu mengirim keripik pisang berbagai varian rasa 200 kg atau sebanyak 1.000 pcs ke berbagai outlet oleh oleh makanan di area Malang dengan harga sebagai berikut:

Table 4.1
Daftar Harga Keripik Pisang UD Istimewa Sarang Walet

Nama Produk	Ukuran 190 gr	Harga Produk
Keripik Pisang Pedas Manis	√	Rp 15,000
Keripik Pisang Mocca	√	Rp 15,000
Keripik Pisang Cokelat	√	Rp 15,000
Keripik Pisang Jeruk	√	Rp 15,000
Keripik Pisang Durian	√	Rp 15,000

Sumber : Data Olahan (2021)



4.1.4 Pemasaran Produk

Pada awal didirikan, pemilik usaha memasarkan produk di wilayah sekitar tempat lokasi usaha. Sekitar tahun 2011 setelah mendapatkan ijin, usaha mengalami peningkatan dan diperlebar ke berbagai outlet oleh-oleh makanan di area Malang.

“Awal mula pemasaran di area sekitar rumah, dititipkan ke toko kelontong, dan dari pesanan dari para tetangga, setelah mendapat ijin, usaha diperluas ke outlet-outlet di area Malang.”

Pemasaran diperluas ke tempat oleh-oleh makanan di area Malang di antaranya :

1. Goedang Oleh-oleh Malang
2. Lancar Jaya
3. Swari Malang
4. Indofres
5. Bakpou Telo
6. Batu Plaza
7. Malang Strudel
8. Dermaga
9. Rimba Jaya
10. Mugil Malang

4.1.5 Proses Produksi Keripik Pisang UD Istimewa Sarang Walet

Pada tahap produksi, dalam sehari usaha ini mampu memproduksi 175 bungkus keripik pisang dengan berat 35 kg. Setiap minggunya, UD Cemilan Istimewa Sarang Walet mampu mengirim keripik pisang 200 kg ke

outlet oleh-oleh di area Malang raya. Proses produksi keripik pisang UD Cemilan Istimewa Sarang Walet dimulai sejak pukul 08.00 sampai pukul 16.00. Masa *expired* bisa mencapai enam bulan dikarenakan pengelolaan pisang yang baik dan dilakukan penggorengan selama dua kali. UD Cemilan Istimewa Sarang Walet juga sudah memiliki izin usaha dengan nomor registrasi P-IRT NO. 2143507010877-21.

1. Alat dan Bahan yang Digunakan:

a. Alat

- 1) Kompor
- 2) Gas
- 3) Wadah besar
- 4) Wajan/penggorengan besar
- 5) Alat pengiris pisang
- 6) Plastik kemas
- 7) Mesin pres

b. Bahan

- 1) Pisang Raja Nangka
- 2) Garam
- 3) Gula
- 4) Essen rasa
- 5) Minyak goreng

2. Proses Produksi

a Proses Pengolahan Keripik

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengupas kulit pisang dan mencucinya sampai bersih. Kemudian direndam dalam air yang telah diberi garam selama 1 jam. Setelah dilakukan perendaman, kemudian pisang diiris tipis-tipis dan direndam kembali dalam air garam. Setelah perendaman air garam yang kedua, irisan dipindahkan ke dalam air yang telah diberi larutan kapur sirih dan didiamkan selama 30 menit. Setelah 30 menit, irisan pisang dipindahkan ke dalam air garam kembali.

Irisan pisang yang direndam bergantian dalam air garam dan air kapur sirih bertujuan agar pisang tidak berubah warna menjadi kehitaman dan agar rasa keripik yang akan dihasilkan akan lebih renyah. Proses ini dilanjutkan pada tahap penggorengan. Keripik pisang digoreng pada minyak goreng panas dengan menggunakan api sedang sampai matang kecoklatan. Lalu kripik diangkat dari ditiriskan. Proses penggorengan pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet dilakukan dua kali yang bertujuan agar keripik pisang matang sempurna dan menghasilkan keripik pisang yang renyah.

b Proses Pembuatan Varian Rasa pada Keripik Pisang

Langkah pertama adalah dengan mencampur keripik pisang yang telah melalui tahap penggorengan pertama atau setengah

masak dengan essen varian rasa dan gula halus sesuai takaran. Langkah kedua ialah mengaduk secara merata agar varian rasa dan gula cairnya merata yang dilanjutkan dengan penirisan sebentar sebelum proses penggorengan kedua. Langkah terakhir adalah penggorengan kedua hingga keripik pisang matang dan selanjutnya produk siap dikemas.

c Pengemasan

Setelah keripik pisang sudah diberi varian rasa yang sesuai dengan jenis yang diproduksi dan didistribusikan, barulah pengemasan dimulai. Keripik pisang ditimbang sesuai dengan ukurannya yang kemudian dimasukkan kedalam plastik lalu dipres. Pengepresan menggunakan *sealer* untuk mencegah supaya tidak ada lubang udara yang mengakibatkan keripik tidak lagi renyah.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Penetapan Biaya *Full Costing*

Analisis penetapan biaya *full costing* merupakan kegiatan yang biasanya dilakukan oleh unit usaha untuk memperhitungkan dan menentukan harga pokok produksi (HPP). Metode yang digunakan merupakan perhitungan metode *full costing* dengan menghitung jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan atau digunakan dalam kegiatan produksi mulai dari biaya produksi yang diperlukan serta biaya non-produksi untuk menghasilkan produk. Setelah itu, ditentukan harga jual produk dengan mengakumulasikan keseluruhan biaya yang dikeluarkan dibagi dengan jumlah produk keripik pisang yang dihasilkan.

Dalam perhitungan biaya *full costing* diperlukan beberapa data seperti perhitungan jumlah produksi dan volume penjualan, biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, biaya non-produksi yang meliputi biaya pemasaran serta biaya administrasi yang dikeluarkan.

4.2.1.1 Total Produksi dan Volume Penjualan

Jumlah total produksi merupakan hal penting yang perlu dilakukan untuk mengetahui perhitungan biaya produksi yang telah dikeluarkan oleh unit usaha. Tahap pertama adalah menghitung jumlah keseluruhan produksi keripik pisang yang dihasilkan dan jumlah keseluruhan keripik pisang yang telah terjual. Dalam seminggu unit usaha mampu melakukan produksi sebanyak lima sampai enam kali dalam seminggu, dengan setiap kali produksi mampu menghabiskan bahan baku pisang sebesar 140 kg per produksi. Data yang digunakan adalah jumlah total produksi dan total volume penjualan dari bulan Januari hingga Desember 2020. Jumlah total produksi yang dihasilkan selama setahun sebanyak 22.666 pcs keripik pisang dengan ukuran kemasan 190 gram/pcs. Berikut ini merupakan rincian total produksi yang dihasilkan selama tahun 2020 pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.2
Produksi Keripik Pisang Tahun 2020

Bulan	Volume Produksi (Pcs)
Januari	5,285
Februari	4,226
Maret	2,837
April	0
Mei	0
Juni	538

Juli	539
Agustus	357
September	719
Oktober	357
November	3,547
Desember	4,261
Total	22,666

Sumber : Data Olahan (2021)

Data Tabel 4.2 memperlihatkan unit usaha mampu memproduksi 22.666 pcs (190 gram/pcs) atau setara dengan 4.306 kg. Setiap kali produksi, batas maksimal produksi ± 140 kg pisang mentah yang nantinya mampu menghasilkan produk siap kemas ± 35 kg karena berat pisang mentah dan kripik pisang yang dihasilkan setiap produksi mempunyai selisih berat yang berbeda-beda.

Jumlah produksi kripik pisang di UD Istimewa Sarang Walet pada tahun 2020 mengalami penurunan semenjak munculnya virus COVID-19. Hal itu dapat dilihat dari data produksi pada bulan Januari hingga Maret yang mengalami penurunan produksi. Bulan April dan Mei tidak melakukan produksi sama sekali, tetapi tetap melakukan penjualan produk dari hasil sisa produk kripik pada bulan sebelumnya. Pada bulan Juni sampai Oktober perusahaan mulai produksi namun dengan kuantitas produksi yang sedikit karena jumlah tempat oleh-oleh makanan belum banyak yang buka akibat peraturan *lockdown* yang ditetapkan sebagian daerah. Produksi kripik pisang mulai naik pada bulan November dan Desember dikarenakan usaha oleh-oleh mulai diperbolehkan kembali buka dengan tetap mematuhi protokol kesehatan untuk mencegah persebaran COVID-19. Meskipun jumlah yang diproduksi

pada bulan tersebut belum begitu maksimal seperti bulan-bulan sebelum COVID-19.

Dari hasil penjualan UD Cemilan Istimewa Sarang Walet bulan Januari sampai Desember 2020 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3
Volume Penjualan Keripik Pisang Tahun 2020

Bulan	Volume Penjualan (Pcs)	Harga Jual (Pcs)	Jumlah
Januari	5,167	Rp 15,000	Rp 77,505,000
Februari	4,112	Rp 15,000	Rp 61,680,000
Maret	3,088	Rp 15,000	Rp 46,320,000
April	435	Rp 15,000	Rp 6,525,000
Mei	16	Rp 15,000	Rp 240,000
Juni	255	Rp 15,000	Rp 3,825,000
Juli	575	Rp 15,000	Rp 8,625,000
Agustus	430	Rp 15,000	Rp 6,450,000
September	485	Rp 15,000	Rp 7,275,000
Oktober	750	Rp 15,000	Rp 11,250,000
November	2,280	Rp 15,000	Rp 34,200,000
Desember	4,309	Rp 15,000	Rp 64,635,000
Total Penjualan	21,902		Rp 328,530,000

Sumber : Data Olahan (2021)

Volume penjualan keripik pisang pada tahun 2020 sebanyak 21.902 pack dan jika dihitung dalam gram, total yang mampu dijual oleh unit usaha sebesar 4.161.380 gram. Harga jual yang ditawarkan oleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet pada setiap kemasan dengan ukuran 190 gram/pcs adalah sebesar Rp. 15.000.- dengan total penjualan pada tahun 2020 sebesar Rp. 328.530.00.-. Harga setiap kemasan produk yang dijual merupakan harga yang telah diperkirakan dari hasil perhitungan biaya bahan baku yang dikeluarkan, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik, biaya non-produksi, dan laba yang diinginkan. Laba yang diinginkan UD Cemilan Istimewa Sarang

Walet sebesar 25%, sehingga untuk mencapai laba tersebut diperlukan evaluasi perhitungan biaya produksi agar perusahaan mampu mencapai target laba yang diinginkan.

4.2.1.2 Biaya Bahan Baku Langsung

Dalam poses pembuatan keripik pisang, bahan baku utama yang digunakan yaitu pisang rojo nangka atau rojo molo. Bahan baku didapat dari agen distributor pisang di daerah lokasi usaha. Setiap satu kali proses produksi rata-rata memerlukan sebanyak \pm 140 kg pisang mentah. Berikut ini rincian biaya bahan baku langsung yang dikeluarkan UD Cemilan Istimewa Sarang Walet dalam produksi keripik pisang pada tahun 2020 :

Tabel 4.4
Daftar Biaya Bahan Baku Langsung

Bulan	Volume Bahan (Kg)	Jumlah
Januari	4,394	Rp 39,546,000
Februari	3,516	Rp 31,644,000
Maret	2,350	Rp 21,150,000
April	0	Rp -
Mei	0	Rp -
Juni	442	Rp 3,978,000
Juli	443	Rp 3,987,000
Agustus	294	Rp 2,646,000
September	591	Rp 5,319,000
Oktober	293	Rp 2,637,000
November	2,925	Rp 26,325,000
Desember	3,515	Rp 31,635,000
Total	18,763	Rp 168,867,000

Sumber : Data Olahan (2021)

Bahan baku yang didapatkan dalam produksi adalah pisang rojo nangka/rojo molo yang dibeli dari distributor pisang di daerah kecamatan

dengan minimal pembelian 140 kg pisang. Hal tersebut sesuai yang diungkapkan oleh pemilik usaha dari hasil wawancara

“di daerah kecamatan bahan baku pisang sangat mudah di dapatkan karena dia area tersebut banyak perkebunan pisang, bahan baku pisang nya lebih murah dari pada beli dipasar.”

Dari tabel 4.4, menunjukkan bahwa unit usaha pada tahun 2020 mampu menghabiskan 18.763 kg pisang dengan biaya sebesar Rp. 168.867.000,-. Keripik pisang yang dihasilkan sebanyak 22.666 pcs dengan berat per pcs 190 gr. Harga pisang yang didapatkan setiap kilogramnya dibandrol dengan harga Rp 9.000/kg. Pembelian bahan baku pisang oleh unit usaha sesuai dengan kebutuhan produksi, supaya pisang yang dibeli tidak tertimbun terlalu lama sehingga menyebabkan pisang matang sebelum dijadikan keripik. Biaya bahan baku yang telah dikeluarkan oleh perusahaan per gram produk keripik pisang pada tahun 2020 dapat dihitung sebagai berikut dengan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Biaya bahan baku (per gram)} &= \frac{\text{Biaya Bahan Baku Langsung}}{\text{Total Produksi}} \\ &= \frac{168.867.000}{4.306.540} \\ &= \text{Rp. 39,-} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan diatas, diperoleh hasil pada biaya bahan baku langsung yang telah dikeluarkan oleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet untuk memproduksi keripik pisang pada tahun 2020 sebesar Rp. 39,- per gram. Jadi, jika dihitung kedalam kemasan 190 gram biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 7.410,-. Biaya bahan baku langsung merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan paling tinggi dalam proses pembuatan keripik pisang.

4.2.1.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Besarnya biaya tenaga kerja langsung di UD Cemilan Istimewa Sarang Walet pada tahun 2020 adalah Rp 17.920.000. Jumlah tenaga kerja yang ada di UD Cemilan Istimewa Sarang Walet berjumlah 4 karyawan. Sistem penggajian dilakukan menggunakan sistem harian dengan jam kerja 8 jam dalam sehari yang dimulai dari pukul 08.00 – 16.00. Gaji yang diberikan sebesar Rp 35.000 per hari. Ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh pemilik

“disini terdapat 4 karyawan untuk proses produksi, dan jobdesk setiap pegawai bisa semua aspek dalam proses produksi.”

Berdasarkan data biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan pada keripik pisang per gramnya pada tahun 2020 dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung (per gram)} &= \frac{\text{Biaya Tenaga Kerja Langsung}}{\text{Total Produksi}} \\ &= \frac{17.920.000}{4.306.540} \\ &= \text{Rp. 4,-} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan setiap proses produksi pisang satu gramnya adalah sebesar Rp. 4,-. Biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan untuk kemasan 190 gram adalah sebesar Rp. 760,-.

4.2.1.4 Biaya *Overhead* Pabrik

Selain bahan baku, biaya yang dikeluarkan oleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet adalah biaya *overhead* pabrik. Dimana biaya *overhead* pabrik adalah biaya yang dikeluarkan oleh unit usaha dalam proses produksi

keripik pisang selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet terdiri dari biaya bahan baku tidak langsung seperti varian rasa, garam, dan gula serta biaya produksi tidak langsung seperti biaya listrik, air, biaya kemasan, dan biaya bahan bakar.

Biaya *overhead* pabrik yang digunakan dalam metode *full costing* terdiri dari biaya *overhead* variable dan biaya *overhead* tetap. Biaya *overhead* variable adalah biaya terhadap bahan penolong yang digunakan dalam kegiatan produksi yang berupa 5 varian rasa. Sedangkan biaya *overhead* tetap pada produksi keripik pisang berupa biaya listrik dan air. Data terkait rincian biaya *overhead* pabrik yang telah dikeluarkan oleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet selama proses produksi keripik pisang selama tahun 2020 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.5
Biaya *Overhead* Pabrik
UD Cemilan Istimewa Sarang Walet 2020

Jenis Biaya <i>Overhead</i>	Jumlah
Bahan Penolong:	
Garam	Rp 896,000
Gula Pasir	Rp 12,672,000
Minyak Goreng	Rp 20,352,000
EsSEN 5 rasa	Rp 384,000
Biaya Kemasan	Rp 22,400,000
Biaya Bahan Bakar (LPG)	Rp 7,680,000
Biaya Listrik dan Air	Rp 1,885,000
Total Biaya <i>Overhead</i>	Rp 66,269,000

Sumber : Data Olahan (2021)

Pada Tabel 4.5 Dapat dilihat bahwa total keseluruhan biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan oleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet selama

kegiatan produksi pada tahun 2020 adalah sebanyak Rp. 66.269.000. Berdasarkan data yang telah ada, biaya *overhead* pabrik yang dibebankan untuk satu gram keripik pisang adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya Overhead Pabrik (per gram)} &= \frac{\text{Biaya Overhead Pabrik}}{\text{Total Produksi}} \\ &= \frac{66.269.000}{4.306.540} \\ &= \text{Rp. 15.38,-} \end{aligned}$$

Hasil perhitungan biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan unit usaha pada tahun 2020 sebesar Rp 15.38,- per gram. Biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan pada kemasan 190 gram adalah sebesar Rp 2.922,2-

“untu kkemasan kita butuh mika plastic, itu (mika plastik) beli di pasar, terus ada juga stiker nama usaha, kalau untuk stiker kita pesan di printing stiker”

4.2.1.5 Biaya Non-Produksi

Biaya non-produksi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan dimana biaya tersebut tidak berhubungan langsung dengan proses produksi. Biaya non-produksi bisa berupa biaya pemasaran, biaya pengangkutan, dan biaya administrasi umum. UD Cemilan Istimewa Sarang Walet tidak mengeluarkan biaya administrasi dan biaya pemasaran dikarenakan unit usaha melakukan pemasaran secara langsung ke konsumen di berbagai outlet oleh-oleh makanan. Perkembangan terhadap usaha keripik pisang membuat UD Cemilan Istimewa Sarang Walet telah memiliki pelanggan tetap di berbagai outlet oleh-oleh makanan di area Malang. Biaya non-produksi yang dikeluarkan oleh unit usaha yaitu berupa biaya transportasi untuk pengiriman produk ke outlet oleh-oleh

makanan yang dilakukan setiap satu sampai dua kali dalam seminggu. Biaya yang di keluarkan pada tahun 2020 terkait biaya transportasi sebesar Rp 5.715.000,-.

4.2.1.6 Perhitungan Biaya Keseluruhan

Biaya produksi yang telah dikeluarkan perusahaan pada tahun 2020 dalam proses produksi yang telah dijabarkan pada perhitungan sebelumnya yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik, dan biaya non-produksi. Dari hasil perhitungan, biaya secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4.6

Tabel 4.6
Biaya Produksi
UD Cemilan Istimewa Sarang Walet Tahun 2020

Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Produksi	
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp 168,867,000
Tenaga Kerja Langsung	Rp 17,920,000
Biaya <i>overhead</i> pabrik	
Garam	Rp 896,000
Gula Pasir	Rp 12,672,000
Minyak Goreng	Rp 20,352,000
Essen 5 rasa	Rp 384,000
Biaya Kemasan	Rp 22,400,000
Biaya Bahan Bakar (LPG)	Rp 7,680,000
Biaya Listrik dan Air	Rp 1,885,000
Jenis Biaya	
Biaya Non-Produksi	
Biaya Transportasi	Rp 5,715,000
Total Biaya	Rp 258,771,000

Sumber : Data Olahan (2021)

Total biaya keseluruhan yang telah dihitung dalam produksi keripik pisang pada tabel diatas sebanyak Rp. 258.771.000.

4.2.1.7 Perhitungan Laba Rugi

Terkait perhitungan harga jual keripik pisang, diharapkan dapat dijadikan patokan harga jual bagi unit usaha, agar tidak menjual keripik pisang dibawah harga tersebut. Dengan adanya perhitungan harga pokok produksi, maka akan diketahui total biaya yang terjadi selama proses produksi. Harga pokok penjualan sebesar 11.400 dan harga jual dengan laba yang diinginkan unit sebesar 14.300 per pcs. Laba yang diinginkan oleh unit usaha telah tercapai dikarenakan harga jual yang sekarang ditetapkan sebesar Rp 15.000 per pcs sedangkan harga jual dengan menerapkan metode *full costing* mampu menjual dengan harga Rp 14.300 sesuai dengan laba yang diinginkan oleh unit usaha.

Perhitungan laba rugi dilakukan untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diterima oleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet pada tahun 2020. Penyajian laporan laba rugi unit usaha menggunakan *drifing cost* yang merupakan taksiran biaya berdasarkan data yang telah tersedia. Komponen yang mempengaruhi perhitungan laba rugi adalah volume produksi, biaya produksi, volume penjualan, dan harga jual produk keripik pisang. Laporan laba dan rugi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.7
Laporan Laba dan Rugi
Metode *Full Costing*

Urian	Jumlah
Penjualan	Rp 328,530,000
HPP	Rp 253,056,000
Laba Kotor	Rp 75,474,000
Biaya Non Produksi	Rp 5,715,000
Laba Besih	Rp 69,759,000

Sumber : Data Olahan (2021)

Berdasarkan laporan laba rugi UD Cemilan Istimewa Sarang Walet tahun 2020 tersebut, dapat dilihat bahwa harga jual yang ditetapkan oleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet tersebut adalah Rp. 15.000.000 per pcs dengan total penjualan Rp 328.530.000. Keuntungan bersih yang didapatkan pada tahun 2020 sebesar Rp 69.759.000 dari jumlah keripik pisang yang terjual sebesar 21.902 psc atau sebesar 4.161,38 kg selama tahun 2020. Hasil dari 4.161,38 kg didapatkan dari 21.902 pack dikalikan 190 gr karena satu pcs keripik pisang beratnya sebesar 190 gr. Besarnya margin laba yang mampu diperoleh oleh UD Istimewa Sarang Walet dapat ditentukan dengan rumus berikut:

$$\begin{aligned} \text{Margin laba} &= \frac{(\text{harga jual} - \text{total biaya produksi})}{\text{harga jual}} \times 100\% \\ &= \frac{(328.530.000 - 253.056.000)}{328.530.000} \times 100\% \\ &= 23\% \end{aligned}$$

Perhitungan margin laba keripik pisang yang telah dilakukan memberikan hasil laba yang diperoleh pada tahun 2020 sebesar 23%.

4.2.2 Penerapan Metode *Target Costing* pada Unit Usaha

UD Cemilan Istimewa Sarang Walet menetapkan harga pokok produksi keripik pisang dengan menggunakan metode *full costing*. Dari hasil perhitungan, penggunaan metode *full costing* belum dapat mencapai target laba yang diharapkan oleh unit usaha. Salah satu penyebab belum tercapainya target laba yang diharapkan oleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet adalah belum diketahuinya nilai biaya produksi yang lebih efisien untuk digunakan oleh unit usaha. Target laba dapat dicapai jika menggunakan perhitungan biaya

dengan metode yang lain, salah satunya yaitu dengan menggunakan metode *target costing*.

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian sebelumnya, dapat dikatakan bahwa *target costing* dapat digunakan sebagai penentu harga jual yang berorientasi pada pengurangan biaya produksi. Oleh karena itu, dalam tahap ini peneliti akan menganalisis bagaimana proses penerapan metode *target costing* yang bisa diterapkan di UD Cemilan Istimewa Sarang Walet. Analisis yang digunakan dengan menelusuri setiap tahapan-tahapan untuk mencapai tujuan dalam proses penerapan metode *target costing*. Tahap-tahap tersebut dibagi menjadi 5 tahapan sebagai berikut:

1. Menentukan target harga jual dengan melihat harga pasar dan daya beli pelanggan
2. Menentukan target laba yang diharapkan oleh perusahaan per unit produksinya
3. Menghitung besarnya *target costing*
4. Menghitung dan menentukan jumlah biaya produksi seperti biaya bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead* pabrik
5. Menggunakan rekayasa nilai (*value engineering*) untuk mengidentifikasi cara yang dapat menurunkan biaya produk untuk melakukan *target costing*

Dalam upaya untuk melakukan rekayasa nilai, perlu dilakukan pengurangan biaya produksi menuju *target costing*. Penerapan rekayasa nilai ini digunakan untuk mengidentifikasi biaya produksi atau biaya

variabel agar terjadi penurunan. Pada tahap-tahap yang telah dijelaskan diatas, tidak semuanya bisa digunakan untuk melakukan pengendalian biaya-biaya perusahaan. Hanya pada tahap keempat dan kelima yang dapat digunakan untuk melakukan efisiensi biaya, dan kedua tahap tersebut tidak semuanya harus digunakan dalam satu perusahaan atau dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan perusahaan tersebut. Perusahaan harus memilih tahap mana yang perlu dipakai diantara kedua tahap tersebut untuk melakukan pengendalian biaya.

4.2.2.1 Analisis Harga Pasar

Analisis harga dilakukan untuk mengetahui daya saing yang dimiliki oleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet. Perbandingan harga keripik pisang UD Cemilan Istimewa Sarang Walet dengan produsen keripik pisang di perusahaan lain yang sejenis memiliki perbedaan signifikan. Berikut ini perbandingan harga keripik pisang yang bersaing dengan keripik pisang UD Cemilan Istimewa Sarang Walet :

Tabel 4.8
Harga Keripik Pisang yang Bersaing dengan Keripik Pisang UD Cemilan Istimewa Sarang Walet

No.	Nama	Harga Produk
1	Aneka Rasa @190 gr	Rp 23,000
2	Levina Chips @ 100 gr	Rp 12,500
3	Panji Food Industri @ 140 gr	Rp 12,600
3	Lancar Jaya @ 100 gr	Rp 11,500
4	Monkey Magic @ 140 gr	Rp 15,000
5	Banagih Chips @ 80 gr	Rp 10,000

Sumber : Data Olahan (2021)

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas, terdapat perbedaan harga keripik pisang UD Cemilan Istimewa Sarang Walet dengan harga yang ditawarkan di pasaran. Di UD Cemilan Istimewa Sarang Walet, harga produk setiap unit atau pack dengan isi 190 gram adalah seharga Rp. 15.000,-. Sedangkan dari hasil pengamatan penulis, kemampuan pasar cenderung menginginkan harga murah dengan kualitas produk yang baik. Sehingga dengan ini, pemilik usaha keripik pisang UD Cemilan Istimewa Sarang Walet dihadapkan dengan dua pilihan agar dapat lebih bersaing lagi di pasaran, yaitu dengan menurunkan harga atau tetap bertahan dengan harga yang ada saat ini.

4.2.2.2 Target Laba

Setelah menentukan harga jual yang ditentukan oleh pasar dan pesaing dalam *target costing*, selanjutnya adalah mengumpulkan informasi mengenai target laba yang ingin dicapai oleh perusahaan berdasarkan kebijakan pemilik usaha atau pimpinan perusahaan.

Dari hasil wawancara dengan perusahaan, target laba yang diharapkan dari UD Cemilan Istimewa Sarang Walet adalah 25% dari harga jual per unit yakni Rp 15.000. Perhitungan laba yang diinginkan sebesar Rp 3.750 dari $25\% \times \text{Rp } 15.000$. Untuk melakukan penargetan laba yang optimal, pemilik usaha mengalami masalah dalam melakukan pertimbangan biaya-biaya produksinya. Selain itu juga dengan bertambah banyaknya persaingan yang muncul dipasaran, mengakibatkan pemilik usaha mengalami kesulitan untuk mencapai target laba yang diharapkan.

4.2.2.3 Menentukan Target Biaya (*target costing*)

Menurut Rudianto (2006, 269) *target costing* adalah metode penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar *kompetitif*. Dengan demikian, perusahaan memperoleh laba yang diharapkan, dengan rumus sebagai berikut:

Formula	: $TC_i = P_i - M_i$
Keterangan	:
TC _i	= Target cost (target biaya) per unit produksi
P _i	= Harga jual per unit produk i
M _i	= Laba per unit produk i

Jika formula tersebut diaplikasikan pada UD Sarang Walet, maka:

$$TC_i = \text{Rp } 15.000 - (25\% \times \text{Rp } 15.000)$$

$$TC_i = \text{Rp } 15.000 - 3.750$$

$$TC_i = \text{Rp } 11.250$$

$$\text{Tahun 2020} = \text{Rp } 11.250 \times 22.666 \text{ pack}$$

$$= \text{Rp } 254.992.500$$

Berdasarkan perhitungan *target costing* dengan melakukan efisiensi, maka biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 11.250/pcs dan pada tahun 2020 biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 254.992.500 dari Rp 11.250 x 22.666 pack. Dalam hal ini, untuk mencapai biaya berdasarkan target, diperlukan pengendalian biaya untuk melakukan penghematan biaya produksi dengan menggunakan pengurangan biaya dalam *target costing*. Hal ini dirasa lebih efisien apabila pihak perusahaan menggunakan *target costing* sebesar 25%.

Perhitungan menggunakan metode *target costing* memberikan nilai biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 11.250,- per pcs yang jika ditotal secara keseluruhannya maka akan menghasilkan nilai biaya sebagai berikut:

Tabel 4.9
Total Biaya Produksi Keripik Pisang dengan
Metode *Target Costing*

Urian	Jumlah
Total Harga Penjualan	Rp 328,530,000
Total Laba sebesar 25%	Rp 82,132,500
Jumlah Biaya Produksi	Rp 246,397,500

Sumber : Data Olahan (2021)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai biaya target dengan menggunakan perhitungan *target costing* adalah sebesar Rp. 246. 397.500,-. Target laba yang mampu ditingkatkan oleh unit usaha dengan menggunakan target laba sebesar 25% adalah sebanyak Rp. 82.132.500,-. Perhitungan biaya dengan menggunakan metode *target costing* mampu menekan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi sehingga unit usaha mampu memberikan laba yang sesuai dengan yang ditargetkan. Oleh karena itu, apabila UD Cemilan Istimewa Sarang Walet melakukan perhitungan dengan metode *target costing* akan lebih efisien.

4.2.2.4 Rekayasa Nilai (*Value Engineering*)

Dari hasil perhitungan menggunakan metode *full costing* dan *target costing*, UD Cemilan Istimewa Sarang Walet telah mengeluarkan biaya yang lebih besar dari pada biaya produksi yang telah diperhitungkan. UD Cemilan Istimewa Sarang Walet seharusnya mampu memperoleh laba yang diinginkan sebesar 25% apabila perusahaan menekan biaya sebesar selisih biaya yang

telah diperhitungkan. Oleh karena itu, tahap selanjutnya yang diperlukan dalam perhitungan *target costing* adalah melakukan rekayasa nilai dengan acuan untuk mengefisiensikan biaya dan mencapai target laba yang lebih optimal.

Untuk memenuhi laba yang diharapkan UD Cemilan Istimewa Sarang Walet harus melakukan efisiensi biaya agar dapat memenuhi *target costing* yang sesuai dengan laba yang diharapkan.. Salah satu alternatif yang digunakan dengan melakukan efisiensi biaya yang dikeluarkan supaya harga jual yang ditetapkan dapat bersaing dengan produk lain. Berikut ini penulis memberikan beberapa analisis alternatif yang dapat dilakukan UD Cemilan Istimewa Sarang Walet yaitu:

Langkah pertama yang dilakukan adalah unit usaha mengganti pemasok pisang untuk bahan baku. Dengan adanya penggantian pemasok bahan baku, dapat meminimalisir biaya bahan baku yang dipakai namun dengan kualitas pisang yang sama dan sesuai dengan kriteria. Karenanya, untuk produksi keripik pisang, UD Cemilan Istimewa Sarang Walet mengeluarkan biaya sebesar Rp 168,867,000 pada tahun 2020. Sedangkan saat penulis melakukan survey di daerah sekitar tempat usaha, terdapat distributor pisang yang menawarkan harga sebesar Rp 159,485,500 yang didapatkan dari petani langsung. Oleh karena itu, harga yang dijual lebih murah dibanding yang diperoleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet sebelumnya.

Adanya perbedaan harga tersebut membuat selisih sebesar Rp 9,381,500. Bila dilihat sekilas, selisih harga tersebut tidak terlalu signifikan. Namun jika perusahaan membeli dengan kuantitas yang lebih banyak, akan dapat dirasakan oleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet. Dalam perhitungan bahan baku pisang dapat diperoleh biaya yang disajikan berikut:

Tabel 4.10
Perbandingan Biaya Bahan Baku

Bahan baku yang didapat perusahaan	Bahan baku setelah <i>Target Costing</i>
18.763 Kg x Rp 9.000 = Rp 168,867,000	18.763 Kg x Rp 8.500 = Rp 159,485,500

Sumber : Data Olahan (2021)

Setelah dilakukan rekayasa nilai, maka biaya produksi yang dikeluarkan oleh unit usaha akan berubah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Perhitungan Biaya Produksi Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai

Keterangan	Sebelum Rekayasa Nilai	Setelah Rekayasa Nilai
Biaya Produksi		
1 Biaya bahan baku	Rp 168,867,000	Rp 159,485,500
2 Biaya TKL	Rp 17,920,000	Rp 17,920,000
3 Biaya overhead pabrik	Rp 64,304,000	Rp 64,304,000
Jumlah Biaya Produksi	Rp 251,091,000	Rp 241,709,500
Unit Produksi	22,666	22,666
Jumlah Biaya per pack	Rp 11,077.87	Rp 10,663.97

Sumber : Data Olahan (2021)

Berdasarkan tabel diatas, biaya keseluruhan yang dikeluarkan oleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet sebelum dilakukan rekayasa nilai adalah sebesar Rp. 251.091.000, dan setelah dilakukan rekayasa nilai menjadi Rp. 241.709.500,-. Dari hasil olahan data tersebut, unit usaha mampu menghemat biaya produksi sebesar Rp. 9.381.500,- atau Rp 413.90 per pcs dengan adanya perubahan distributor atau pemasok. Biaya yang dikeluarkan akan lebih kecil dari pada biaya produksi sebelumnya dan lebih efisien dalam pengalokasian biaya dengan tetap mempertahankan kualitas produk yang sudah ada. Dengan ini unit usaha, dapat mencapai biaya produksi yang optimal dan bisa mencapai target laba yang diinginkan sebesar 25%. Hasil perhitungan berdasarkan data biaya produksi keripik pisang yang telah diperoleh dengan menggunakan metode *full costing* dan *target costing* didapatkan perbandingan hasil antara kedua metode tersebut. Perbandingan hasil dari nilai biaya produksi yang dikeluarkan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.12
Perbandingan Biaya Produksi Keripik Pisang Dengan Metode *Full Costing*
Dan Metode *Target Costing* Tahun 2020

Uraian	Total Biaya Menurut Metode <i>Full Costing</i>	Total Biaya Menurut Metode <i>Target Costing</i>	Selsih Biaya	
			(Rp)	(%)
Biaya/ pcs	Rp 15,000	Rp 11,250	Rp 3,750	3,75%
Total Biaya	Rp 328,530,000	Rp 246,387,500	Rp 82,142,500	3,75%

Sumber : Data Olahan (2021)

Berdasarkan data yang telah disajikan pada tabel diatas, hasil dari selisih biaya menurut metode *target costing* adalah sebesar Rp.3.750,- dalam satuan pack. Jika dihitung secara keseluruhan, maka didapatkan hasil sebesar

Rp. 82.142.500,-. Berdasarkan hasil perbandingan terhadap nilai biaya produksi yang dikeluarkan didapatkan selisih biaya sebesar Rp. 3.750,- per pcs dari keseluruhan produksi keripik pisang. Selisih tersebut juga akan berpengaruh pada laba dan rugi yang diperoleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet. Berikut uraian selisih laba rugi yang diperoleh UD Cemilan Istimewa Sarang Walet sebelum dan sesudah menerapkan *target costing*:

Tabel 4.13
Perbandingan Biaya Laporan Laba Rugi Sebelum dan Sesudah
Target Costing

Urian	Sebelum <i>Target Costing</i>	Sesudah <i>Target Costing</i>
HPP	Rp 253,056,000	Rp 243,674,500
Penjualan	Rp 328,530,000	Rp 328,530,000
Laba Kotor	Rp 75,474,000	Rp 84,855,500
Biaya Non Produksi	Rp 5,715,000	Rp 5,715,000
Laba Bersih	Rp 69,759,000	Rp 79,140,500
Presentase Laba	23%	26%

Sumber : Data Olahan (2021)

Pada tabel diatas, dapat diketahui setelah melakukan rekayasa nilai yang merupakan salah satu tahap dalam metode *target costing*, didapatkan perencanaan ulang dengan mengidentifikasi biaya produk sampai memberikan alternatif untuk pengeluaran biaya produk yang lebih rendah. Metode ini dapat digunakan oleh unit usaha sebagai sarana untuk mencapai laba yang diinginkan.

Jika menggunakan metode *target costing*, UD Cemilan Istimewa Sarang Walet dapat memproduksi keripik pisang sebesar 22.666 pcs dengan biaya sebesar Rp. 251.091.000,-. Penggunaan metode *target costing* mampu mengefisiensi biaya sebesar Rp. 241.709.500,- untuk setiap 22.666 pcs keripik pisang. Penggunaan *target costing* mampu mencapai target laba yang

dinginkan sebesar 26% dari setiap penjualan yang sebelumnya hanya terhitung 23% untuk setiap penjualan keripik pisang dari hasil perhitungan presentase laba sesudah dan sebelum *target costing*.

4.2.3 Prespektif Islam

Didalam Al Quraan telah dijelaskan bahwa, kita sebagai manusia dituntut untuk memanfaatkan harta yang kita miliki sesuai dengan syariat islam yang ada agar mendatangkan kemaslahatan. Oleh karena itu pemanfaatan dalam pengelolaan harta atau biaya dalam suatu usaha hendaknya diimbangi dengan kepentingan bersama agar dapat menghasilkan keuntungan yang transparan yang dapat dinikmati bersama tanpa prasangka curigaan terhadap pihak lain dalam menjalankan usaha tersebut. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Asy-Syura ayat 20 terkait keuntungan dari suatu usaha hakikatnya adalah keuntungan memberikan manfaat di dunia maupun diakhirat.

مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ ۖ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ

“Barang siapa yang menghendaki keuntungan di akhirat akan Kami tambah keuntungan itu baginya dan barang siapa yang menghendaki keuntungan di dunia Kami berikan kepadanya sebagian dari keuntungan dunia dan tidak ada baginya suatu bahagianpun di akhirat.” (QS. Asy-Syura: 20)

Rasululloh saw dalam salah satu hadistnya bersabda:

أَتَزُولُ قَدَمَا ابْنِ آدَمَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ مِنْ عِنْدِ رَبِّهِ حَتَّى يُسْأَلَ عَنْ خَمْسٍ عَنْ عُمُرِهِ فِيمَا أَفْنَاهُ وَعَنْ شَبَابِهِ فِيمَا أَبْلَاهُ وَمَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَفِيمَ أَنْفَقَهُ وَمَاذَا عَمِلَ فِيمَا عِلْمٌ

“Tidak akan bergeser kaki manusia di hari kiamat dari sisi Rabbnya hingga ia ditanya tentang lima hal: tentang umurnya untuk apa ia habiskan, tentang masa mudanya untuk apa ia gunakan, tentang hartanya dari mana ia dapatkan, dan dalam hal apa (hartanya itu) ia belanjakan, dan tentang apa saja yang telah ia amalkan dari ilmu yang dimilikinya.” (HR. Tirmidzi no. 2416)

Hadist tersebut menjelaskan terkait perencanaan keuangan yang disyariatkan bagi seluruh seorang muslim, karena di akhirat nanti kita semua akan ditanya dari mana harta yang kita dapatkan dan dipergunakan untuk apa. Maka dari itu dalam islam telah diatur dan mewajibkan umatnya untuk melakukan penganggaran terkait tujuan keselamatan di dunia dan di akhirat. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an:

كَانَهُمْ يَوْمَ يَرَوْنَهَا لَمْ يَلْبُثُوا إِلَّا عَشِيَّةً أَوْ ضُحًى ۚ - ٤٦

Artinya:

“Pada hari ketika mereka melihat hari Kiamat itu (karena suasananya hebat), mereka merasa seakan-akan hanya (sebentar saja) tinggal (di dunia) pada waktu sore atau pagi hari.” (QS. An-Nazi'at: 46)

Apa pun yang telah berlalu dari waktu, ia mustahil kembali. Entah itu dalam bentuk detik, menit, jam, hari, minggu, bulan, atau pun tahun, tak ada caranya untuk meraihnya kembali. Manusia pun tak dapat mengembalikan masa lalunya. Setiap usaha untuk mengembalikan kejayaan, kehidupan, kebahagiaan, dan apa pun dari masa lalunya hanyalah angan-angan kosong dan semu. Setiap orang punya 24 jam per hari atau 168 jam per minggu, entah dia kaya atau miskin, entah dia raja atau rakyat jelata namun yang mampu memanfaatkannya dengan baik maka ia beruntung dan yang menyia-nyiakannya, maka ia merugi dan sebagai penegasan akan pentingnya waktu dalam kehidupan manusia. Peralnya, bila manusia tak memanfaatkannya dengan baik (beramal saleh dan saling mengingatkan), maka ia pun pasti menjadi orang yang merugi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan :

Guna membantu efisiensi biaya produksi dan peningkatan laba pada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet, dapat dilakukan dengan metode *target costing*. Perhitungan metode *target costing* dilakukan melalui tahap rekayasa nilai (*value engineering*) dengan perubahan pemasok bahan baku utama. Biaya produksi awal sebesar Rp. 251.091.000. Setelah dilakukan perhitungan *target costing*, unit usaha tersebut mampu mengefisiensi biaya sebesar Rp. 241.709.500,-. Untuk menghasilkan 22.666 pcs keripik pisang, laba yang didapatkan unit usaha sebelumnya hanya sebesar 23%. Setelah menerapkan metode *target costing* melalui rekayasa nilai, laba yang diperoleh unit usaha sebesar 26% dari penjualan 22.666 pcs keripik pisang. Secara terperinci, UD Cemilan Istimewa Sarang Walet mendapatkan laba sebesar Rp. 79.140.500 dengan menggunakan metode *target costing*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan atas penelitian ini, penulis memberikan saran kepada UD Cemilan Istimewa Sarang Walet untuk menggunakan *target costing* sebagai metode peningkatan laba dan efisiensi biaya produksi.

1. Saran untuk perusahaan

Dalam upaya untuk mencapai *target costing* yang diinginkan, unit usaha disarankan mengubah pemasok bahan baku, sehingga mampu meminimalisir biaya produksi yang dikeluarkan oleh unit usaha untuk mencapai laba yang diinginkan.

2. Saran untuk penelitian berikutnya

Disarankan untuk penelitian selanjutnya supaya mencari objek biaya yang lain selain bahan baku, untuk melakukan rekayasa nilai dalam *target costing*.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahnya

- Anggreini, Hendrik, dan Lidia M Mawikere (2018). Analisis Penerapan *Target Costing* Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada CV. Verel Tri Putra Mandiri. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, Vol 12 No. 4 496-502
- Anugerah Eza G. 2017. Penerapan *Target Costing* dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. Vol IV (1): 19-23
- Arifin Nurul Ikhsan. 2016. Analisis *Target Costing* dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol 16 No. 03
- Bustami, Bastian dan Nurlela. (2013). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Darmayasa, Nyoman, dan Iyus A. H. (2019). Analisis Penerapan Target Costing Dalam Efisiensi Biaya Produksi Batako Pada UD. Darma Yasa Di Desa Panji, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 11 No. 2
- Fitriyah, Dina, dan Dwi R. (2020). Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Keripik Apel di UD Ramayana Agro Mandiri Kota Batu Berdasarkan Sistem Penjualan *Online* dan *Offline*. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agrobisnis* Vol 4 No. 1 097-110
- Gerungan, Henri P. (2013). *Pendekatan Target Costing sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi pada PT. Tropica Cocoprime*. *Jurnal Emba* Vol. 1 No. 3, 863-870.
- Gregory, Sumangkut G. (2016). Pendekatan target costing sebagai alat penilaian efisiensi produksi pada UD. Cinta Kasih. *Jurnal Berkah Ilmiah Efisiensi*. Vol. 16 No. 4, 224-233.
- Hansen, Don R dan Mowen, Maryanne M. 2013. *Akuntansi manajerial* terjemahan Deny Arnos. Jakarta: Salemba Empat.
- Horngren, Charles T, Srikant M Datar, dan George Foster. 2006. *Akuntansi Biaya Dengan Penekanan Manajerial* Jilid 2 Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Idrawahyuni, Muhammad, Nasrun, dan Dedi A. H. (2020). Analisis Penerapan *Target Costing* Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi (Studi Pada

UD. Winda Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan). *Equilibrium* Vol 9 No. 2 26-35

Khaira Citra. (2015). *Analisis Target Costing untuk Meningkatkan Laba Perusahaan Studi CV Onderhound Company Shoes and Leather*. Skripsi. Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.

Kusuma, Indra Lila dan Ayu Noorida Soerono. 2008. *Target Costing : Alternatif Terbaik Penentuan Cost*. Vol 89 (6) : 47-54.

Malue, J. (2013). Analisis penerapan target costing sebagai sistem pengendalian biaya produksi pada PT.Celebes Mina Pratama. *Emba*, 1(3), 949-957. ISSN 2303-1174

Martusa, Riki dan Agnes Fransisca Adie. 2011. *Peran Activity-Based Costing System dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Kain yang sebenarnya untuk Penetapan Harga Jual (Studi pada PT Panca Mitara Sandang Indah)*. Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi. No. 04 Tahun ke-2 : Januari-April.

Maulana, Ardi Helmy, Moch. Dzulkirom AR, Dwiatmanto. Analisis Activity Based Costing System (ABC System) Sebagai Dasar Menentukan Harga Pokok Kamar Hotel (Studi Pada Selecta Kota Batu Tahun 2014). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.30 No.1 2016.

Mulyadi, 2012. *Akuntansi Biaya*. Edisi ke-5. Cetakan Kesebelas. Yogyakarta: STIM YKPN.

Mursyidi, 2012. *Akuntansi Biaya*. cetakan kedua. Refika Aditama: Bandung

Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Prawironegoro, Darsono, Purwanti, Ari. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Ketiga. Mitra Wacana Media: Jakarta.

PSAK No. 25 (Revisi 2007), Ikatan Akuntansi Indonesia, Jakarta: 2007.

Purwangari. Tiah M. (2015). *Analisis Penentuan Harga Jual Berbasis Target Costing Studi pada CV Khantara Kontruksi Krakasan Probolinggo*. Skripsi. Fakultas Ekonomi UIN Maulana malik Ibrahim, Malang.

Raudatul Firdaus dan Tries Ellisa Sandari (2018). Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Pada PT. Tasindo Central Perkasa (Tas Koper). *Jurnal Ekonomi Akunntansi*, Vol 3 No. 2 55-66

- Riwayadi. 2014. *Akuntansi Biaya Pendekatan dan Kontemporer*. Salemba Empat : Jakarta.
- Riyatno. 2007. *Pengaruh Ukuran Kantor Akuntansi Publik Terhadap Earnings Response Coeficients*. *Jurnal Keuangan dan Bisnis* Vol. 5 No. 2 (Oktober) : 148-162.
- Rudianto. 2006. *Akuntansi Manajemen*. PT Grasindo: Jakarta.
- Sidharta Juaniva dan Yesica. 2008. *Perbandingan Penerapan Metode Tradisional dengan Metode Activity Based Costing dalam Perhitungan Biaya Produksi pada Perusahaan XYZ*. *Buletin Ekonomi*, Vol XII No. 2 (September): 48-65.
- Supriyatna, Iyeh. 2010. *Tinjauan Penerapan Target Costing dan Upaya Cost Reduction pada Industri Garmen*. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, dan Akuntansi*, Vol. 2 No. 2 (November) : 291-311.
- Wiguna , Fenny Lestari dan Partogian Sormin. 2007. *Penerapan Target Costing Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing: Studi Pada PT Smart Ledi*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 1 No. 1 (April) : 79-92.
- Wokas, H. R. N., dan Caroline, T. c. (2016). Analisis penerapan target costing dan activity-based costing sebagai alat bantu manajemen dalam pengendalian biaya produksi pada UD. Bogor Bakery. *Jurnal Emba*, 4(1), 593-603. ISSN 2303-1174.
- Wuysang, Clarisa C dan Rudy J Pusung. 2019. *Penerapan Target Costing dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Kotor Pada UD. JJ Bakery*. *Jurnal Emba*, Vol. 7 No. 3: 3538-3557

<https://anekakeripikmalang.com/> diakses tanggal 20 April 2020

<https://shopee.co.id/> diakses tanggal 20 April 2020

Lampiran 1

BIODATA PENELITI

A. Data Pribadi

1. Nama : Mukhammad Fikri Qoharudin
2. Tempat & Tanggal Lahir : Mojokerto, 29 Juni 1996
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Alamat Asal : Dsn. Sidorembung, Ds. Balongsari, Kec.
Gedeg, Kab. Mojokerto
5. Telepon & Hp : 081375409654
6. E-mail : mukhammad.fikri29@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan Formal

1. MI Irsyadul Ummah 2003-2009
2. SMPN 2 Gedeg 2009-2012
3. SMAN 1 Puri 2012-2015
4. Universitas Islam Negeri Maulana Malaik Ibrahim Malang, Jurusan
Akuntansi Fakultas Ekonomi 2015-2021

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini dibuat dengan benar dan dapat dipertanggungjawabkan.

Malang, 24 Juni 2021

Lampiran 2

Daftar Wawancara

Berikut ini, meruakan hasil wawancara dengan pemilik usaha dan karyawan di UD Istimewa Sarang Walet

Daftar Wawancara dengan Pemilik Usaha

- 1) Sejak tahun berapa UD Istimmewa Sarang Walet berdiri?
- 2) Apakah alasan ibu memilih untuk mebuca usaha keripik pisang
- 3) Dalam menjalankan usaha ini, modal yang didapatkan dari modal sendiri atau pihak lain?
- 4) Terkait izin usaha sudah mendaptkan izin usaha sejak tahun berapa?
- 5) Jumlah karyawan yang bekerja pada usaha ibu?
- 6) Apa jenis bahan baku pisang yang digunakan?
- 7) Jenis keripik pisang yang dipasarkan ada berapa macam?
- 8) Bagaimana awal mula proses pemasaran produk tersebut?
- 9) Jenis keripik pisang apa yang diminati konsumen?
- 10) Kisaran harga jual setiap pack/bungkus ?
- 11) Apa terdapat pembukuan keuangan terkait usaha ibu ini?
- 12) Apa kunci dari usaha ini tetap berlanjut sampai sekarang?
- 13) Apa setelah munculnya covid-19 berdampak pada usaha ibu?
- 14) Perkiraan laba yang diinginkan ibu dari harga jual yang telah ditetapkan dipasaran berapa persen?
- 15) Ancaman apa yang terjadi pada usaha keripik pisang?

Daftar Wawancara dengan Karyawan

- 1) Berapa jenis produk yang anda jual?
- 2) Bagaimana cara anda melakukan pengemasan dalam produk?
- 3) Apa dalam usaha ini, anda melakukan promosi?
- 4) Kendala yang pernah dihadapi dalam proses promosi?
- 5) Berapa banyak karyawan yang ada di UD Cemilan Istimewa Sarang Walet?
- 6) Apakah pada usaha ini terdapat buku laporan keuangan?
- 7) Siapa yang mengatur buku keuangan tersebut?

- 8) Berapa jam kerja dalam sehari?
- 9) Apa jenis bahan baku pisang yang digunakan?
- 10) Jenis keripik pisang yang dipasarkan ada berapa macam?
- 11) Jenis keripik pisang apa yang diminati konsumen?
- 12) Kisaran harga jual setiap pack/bungkus ?
- 13) Menurut anda, apa kunci dari usaha ini tetap berlanjut sampai sekarang?
- 14) Apa setelah munculnya covid-19 berdampak pada usaha ini?
- 15) Ancaman apa yang terjadi pada usaha keripik pisang?

Lampiran 3

Dokumentasi





Lampiran 4

BUKTI KONSULTASI

Nama : Mukhammad Fikri Qoharudin
Nim/Jurusan : 15520004/ Akuntansi
Pembimbing : Yuliati, S.Sos., MSA
Judul Skripsi : Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Pada Ud Cemilan Istimewa Sarang Walet)

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing	
1	04/11/2020	Pengajuan Outline	1.	
2	30/11/2020	Pengumuman Dosen Pembimbing		2.
3	15/01/2020	Konsultasi Judul	3.	
4	04/02/2021	Menyerahkan Proposal		4.
5	05/02/2021	Revisi Proposal 1	5.	
6	13/02/2021	Revisi Proposal 2		6.
7	17/02/2021	Revisi Proposal 3	7.	
8	18/02/2021	Acc Mengikuti Sempro		8.
9	08/03/2021	Seminar Proposal	9.	
10	15/03/2021	Acc Proposal Hasil Seminar		10.
11	22/04/2021	Menyerahkan Bab IV & V	11.	
12	05/05/2021	Revisi Bab IV & V 1		12.
13	18/05/2021	Revisi Bab IV & V 2	13.	
14	19/05/2021	Acc Mengikuti Sidang Skripsi		14.
15	03/06/2021	Sidang Skripsi	15.	
16	09/06/2021	Menyerahkan Revisi Skripsi Hasil Sidang		16.

17	24/06/2021	Acc Skripsi	17.	
----	------------	-------------	-----	--

Malang, 24 Juni 2021
Mengetahui:
Ketua Jurusan Akuntansi

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