

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM PERENCANAAN
BIAYA PRODUKSI UNTUK MENINGKATKAN LABA PADA
HOME INDUSTRY KERAMIK SOEHARTO MALANG**

SKRIPSI



Oleh:

ZUINAITA PURNA LINDA

NIM: 16520027

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

MALANG

2021

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM PERENCANAAN
BIAYA PRODUKSI UNTUK MENINGKATKAN LABA PADA
HOME INDUSTRY KERAMIK SOEHARTO MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

ZUINAITA PURNA LINDA

NIM: 16520027

JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2021

LEMBAR PESETUJUAN

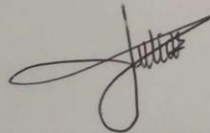
**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM PERENCANAAN
BIAYA PRODUKSI UNTUK MENINGKATKAN LABA PADA
HOME INDUSTRY KERAMIK SOEHARTO MALANG**

SKRIPSI

Oleh

**ZUINAITA PURNA LINDA
NIM: 16520027**

Telah disetujui pada tanggal 03 Juni 2021
Dosen Pembimbing,



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

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



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

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM PERENCANAAN BIAYA PRODUKSI UNTUK MENINGKATKAN LABA PADA *HOME INDUSTRY* KERAMIK SOEHARTO MALANG

SKRIPSI

Oleh
ZUINAITA PURNA LINDA
NIM: 16520027

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Pada 03 Juni 2021

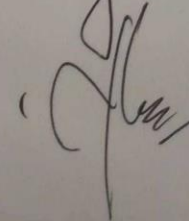
Susunan Dewan Penguji

1. Ketua Penguji
Novi Lailivul Wafiroh, SE., MA
NIDT. 19921101 2019032020
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
Hj. Yuliati, S.Sos., MSA
NIDT. 19730703 201802012
3. Penguji Utama
Yona Octiani Lestari, SE., M.SA
NIP. 19771025 2009012006

Tanda Tangan

()

()

()

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 19720322 200801 02 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zuinaita Purna Linda
NIM : 16520027
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

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

PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM PERENCANAAN BIAYA PRODUKSI UNTUK MENINGKATKAN LABA PADA *HOME INDUSTRY* KERAMIK SOEHARTO MALANG

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, 03 Juni 2021
Hormat saya,



Zuinaita Purna Linda
NIM: 16520027

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin

Segala puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan segala hidayah-Nya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Karya tulis ini saya persembahkan kepada orang-orang yang selalu memberikan semangat, doa, dukungan, serta bantuan yang sangat berarti bagi saya, yaitu:

Untuk kedua orangtua saya Bapak Purno Wiyono dan Ibu Ritayana, serta kakak saya tersayang Geasta Puriyananto yang telah memberikan semangat, doa, serta selalu mendukung saya hingga bisa sampai di titik ini.

Untuk Ibu Hj. Yuliati, S.Sos., MSA, yang telah sabar membimbing saya dari awal proses pembuatan skripsi sampai sekarang ini.

Untuk teman-teman seperjuangan yang tetap saling memberikan dukungan dan doa hingga kita bisa mencapai titik ini dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

HALAMAN MOTTO

“Never Give Up”

Lelah itu wajar, tapi menyerah bukanlah jalan keluar



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Penerapan *Target Costing* Dalam Meningkatkan Laba Pada *Home Industry* Keramik Soeharto Malang”.

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

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

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Hj. Yuliati, S.Sos., MSA selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih atas kesediaan waktunya dalam memberikan bimbingan, ilmu, masukan, dan kesabarannya kepada saya selama penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Orangtua saya tercinta, Bapak Purnowiyono dan Ibu Ritayana yang selalu menjadi motivasi terbesar dalam hidup penulis, serta senantiasa memberikan doa, dukungan, perhatian, dan kasih sayang

yang tidak ada putusnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan Bapak, Ibu, dan keluarga kebahagiaan dan keselamatan dunia akhirat, Aamiin.

7. Bapak Soeharto, dan juga karyawan-karyawan *Home Industry* Keramik Soeharto yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
8. Sahabat penulis di Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dari maba dan pertama kita saling mengenal yaitu Venni Yustina, Wulan Wahyuningtias, Faiqatul dan Miftakhul Jannah. Terimakasih atas waktu yang diberikan dan motivasi dari kalian, semoga kita semua menjadi orang yang sukses, aaamiin.
9. Teman-teman terdekat penulis di Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2016 yakni Indah Fitria, Maghfiratil Fajriya, Al Mumtahanah, Eki Rilista, Iga Rahwandani, dan seluruh teman-teman Akuntansi 16 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
10. Dan Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas waktu, doa, dan segalanya yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

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

Malang, 20 Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PESETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
نُبذة مختصرة	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Masalah	6
1.4 Manfaat Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoritis	15
2.2.1 <i>Target Costing</i>	15
2.2.2 Biaya Produksi	20
2.2.3 Laba.....	21
2.2.4 Integrasi Islam.....	23
2.3 Kerangka Konseptual	24
BAB III METODE PENELITIAN	25

3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	25
3.2	Lokasi Penelitian	25
3.3	Subjek Penelitian.....	25
3.4	Data dan Jenis Data	26
3.4.1	Data Primer	26
3.4.2	Data Sekunder	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5.1	Wawancara.....	27
3.5.2	Observasi.....	27
3.5.3	Dokumentasi	27
3.6	Analisis Data	28
BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN..		30
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	30
4.1.1	Latar Belakang <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto	30
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	31
4.1.3	Struktur Organisasi <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto	32
4.1.4	Produk <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto	33
4.1.5	Bahan Baku Langsung	34
4.1.6	Tenaga Kerja	35
4.1.7	Bahan Penolong	36
4.1.8	Pemasaran	36
4.1.9	Keadaan Iklim	36
4.1.10	Proses Produksi <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto.....	37
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	44
4.2.1	Penerapan <i>Target Costing</i> dalam perhitungan biaya produksi pada <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto	44
4.2.2	Penerapan <i>Target Costing</i> dalam peningkatan laba pada <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto	49
BAB V PENUTUP		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	12
Tabel 4.1 Daftar Harga Keramik <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto.....	34
Tabel 4.2 Mesin dan Peralatan <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto.....	37
Tabel 4.3 Hasil Produksi <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto.....	45
Tabel 4.4 Biaya Bahan Baku	45
Tabel 4.5 Biaya Tenaga Kerja Langsung	46
Tabel 4.6 Biaya Overhead Pabrik	46
Tabel 4.7 Biaya Produksi <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto dengan Metode Perhitungan Tradisional.....	48
Tabel 4.8 Biaya Produksi <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto dengan Metode Perhitungan Tradisional Sesuai Teori Yang Berlaku.....	49
Tabel 4.9 Daftar Harga Pasar	50
Tabel 4.10 Penjualan Produk.....	51
Tabel 4.11 Persentase Penjualan	51
Tabel 4.12 Perhitungan Margin Laba (Menurut Perusahaan).....	54
Tabel 4.13 Perhitungan <i>Target Costing</i>	55
Tabel 4.14 Perhitungan Margin Laba (Menurut <i>Target Costing</i>)	57
Tabel 4.15 Biaya Bahan Baku Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai.....	59
Tabel 4.16 Biaya Overhead Pabrik Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai	60
Tabel 4.17 Biaya Produksi Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai	61
Tabel 4.18 Perbandingan Biaya Menurut Perusahaan dengan Menurut <i>Target Costing</i> Dalam Penjualan.....	61

**Tabel 4.19 Perbandingan Biaya Menurut Perusahaan dengan Menurut
Target Costing Tiap Produk62**



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto	34
Gambar 4.2 Cetakan Keramik dan Proses Pencetakan Keramik.....	38
Gambar 4.3 Proses Pengelolaan Bahan Baku (Masse)	39
Gambar 4.4 Proses Pengeringan Keramik	40
Gambar 4.5 Proses Spons	41
Gambar 4.6 Penyusunan Keramik	42
Gambar 4.7 Proses Pembakaran Keramik.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Wawancara

Lampiran 2. Biodata Peneliti

Lampiran 3. Bukti Konsultasi



ABSTRAK

Linda, Zuinaita Purna. 2021. SKRIPSI. Judul: “Penerapan *Target Costing* Untuk Meningkatkan Laba Pada *Home Industry* Keramik Soeharto Malang”

Pembimbing : Hj. Yuliati, S.Sos., MSA.

Kata Kunci : *Target costing*, Biaya Produksi, Laba

Target costing merupakan perencanaan dan pengelolaan biaya yang berujung pada pengurangan biaya. Metode tersebut dilakukan dengan menentukan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengelola biaya dan meningkatkan laba perusahaan, sehingga dapat membantu perusahaan dalam perencanaan peningkatan laba.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, berupa wawancara dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah menentukan harga pasar, menentukan laba, dan menentukan *target costing*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *target costing* dapat diterapkan sebagai dasar untuk menetapkan biaya produksi yang lebih efisien, serta merupakan upaya alternatif yang baik untuk memaksimalkan laba yang ditargetkan oleh perusahaan dengan cara menekan pemborosan biaya-biaya yang terjadi selama proses desain produk.

ABSTRACT

Linda, Zuinaita Purna. 2021. THESIS. Title: "Application of Target Costing to Increase Profits in the Home Industry Ceramics Soeharto Malang"

Advisor : Hj. Yuliati, S.Sos., MSA.

Keywords : Target costing, Production Costs, Profits

Target costing is planning and managing costs that lead to cost reduction. This method is done by determining the expected cost for a product based on competitive prices. This study aims to manage costs and increase company profits, so that it can assist companies in planning to increase profits. This research uses a descriptive qualitative approach.

The data used in this research are primary and secondary data, in the form of interviews and documentation. The analytical method used is to determine market prices, determine profits, and determine target costing.

The results of this study indicate that the application of target costing can be applied as a basis for setting more efficient production costs, and is a good alternative effort to maximize the profit targeted by the company by reducing the waste of costs that occur during the product design process.

نبذة مختصرة

ليندا ، زوينيتا بورنا. 2021. أطروحة. العنوان " تطبيق/التكلفة المستهدفة لزيادة الأرباح في صناعة المنزلية الخزف"

المستشار: يوليائي ، سوس.

الكلمات المفتاحية :التكلفة المستهدفة، تكاليف الإنتاج ، الأرباح

التكلفة المستهدفة هي تخطيط وإدارة التكاليف التي تؤدي إلى خفض التكلفة. تتم هذه الطريقة عن طريق تحديد التكلفة المتوقعة لمنتج ما بناءً على الأسعار التنافسية. تهدف هذه الدراسة إلى إدارة التكاليف وزيادة أرباح الشركة بحيث يمكن أن تساعد الشركات في التخطيط لزيادة أرباحها.

يستخدم هذا البحث المنهج الوصفي النوعي. البيانات المستخدمة في هذا البحث هي بيانات أولية وثانوية ، على شكل مقابلات وتوثيق. الطريقة التحليلية المستخدمة هي تحديد أسعار السوق وتحديد الأرباح وتحديد/التكلفة المستهدفة.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن تطبيق/التكلفة المستهدفة هو بديل جيد لتعظيم الربح المستهدف من قبل الشركة من خلال تقليل هدر التكاليف التي تحدث أثناء عملية تصميم المنتج.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri Kecil Menengah (IKM) memegang peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Pada saat ini perkembangan Industri Kecil Menengah (IKM) di Indonesia berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja di dalam negeri karena sebagai sektor mayoritas dari populasi industri di Indonesia. Industri keramik merupakan salah satu industri yang mempunyai potensi yang cukup besar untuk dikembangkan di Indonesia. Industri keramik merupakan salah satu sektor yang diutamakan perkembangannya dan terus memacu daya saingnya karena tidak terbatasnya bahan baku berupa sumber daya alam (SDA), seperti tanah liat, pasir silika, batu granit, *ballclay*, kaolinit, dan feldspar (Kompas, 2019).

Produk keramik di Indonesia sangat digemari di pasar internasional serta mempunyai daya saing yang tinggi karena memiliki kualitas yang baik dan menjadikan Indonesia peringkat ke-empat di dunia setelah Tiongkok, India dan Brazil. Produksi keramik di Indonesia tahun lalu, tercatat lebih dari 5.200 unit usaha yang telah menyerap tenaga kerja hingga 21.470 orang (Bisnis.com, 2019).

Salah satu industri keramik yang saat ini telah berkembang pesat ialah industri keramik yang berada di wilayah Dinoyo, Kota Malang. Dilihat dari potensinya, wilayah Dinoyo sangat strategis dalam mengembangkan produk kerajinan keramik, yang mana ketersediaan bahan baku pembuatan keramik seperti kaolinit, *ball clay*, dan feldspar mudah didapatkan di wilayah ini. Perkembangan industri keramik ini akhirnya mengharuskan perusahaan untuk dapat memperoleh laba sesuai yang ditargetkan dengan cara merencanakan biaya produksi.

Biaya produksi pada industri ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Pada kenyataannya, banyak industri-industri sejenis yang berdiri, dimana masing-masing industri tersebut bersaing secara ketat. Dalam memenangkan persaingan, *Home Industry* Keramik Soeharto berupaya untuk tetap mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan harga yang wajar dan dapat diterima konsumen, akan tetapi masih memperoleh keuntungan.

Dengan adanya persaingan yang semakin erat, hal ini mengharuskan perusahaan untuk mengambil tindakan secara cermat guna memelihara perusahaan agar terus hidup dan berkembang. Maka dari itu, pihak manajemen memegang peran yang cukup penting guna tercapainya tujuan perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah mencapai laba secara optimal dengan cara meningkatkan penjualan produk perusahaan serta efisiensi biaya.

Efisiensi biaya produksi ialah salah satu variabel yang penting. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam melakukan proses produksi harus dikendalikan sebaik-baiknya, karena meskipun proses produksi berjalan dengan baik, namun apabila tidak didukung dengan usaha untuk menekan biaya produksi serendah-rendahnya akan mengakibatkan peningkatan biaya produksi (Juwita, 2017).

Peningkatan penjualan produk perusahaan dan efisiensi biaya tidak luput dari peran penting manajemen dalam hal merencanakan biaya produksi dimana efektifitas biaya produksi di nilai berdasarkan mampu atau tidaknya pusat biaya dalam meraih volume produksi yang di inginkan pada tingkat kualitas tertentu. Perencanaan biaya produksi mengacu pada pembentukan program kegiatan perusahaan yang terinci untuk tahapan operasi, dan erat hubungannya dengan penentuan serta pencapaian tujuan perusahaan.

Dengan adanya perencanaan biaya produksi, perusahaan bisa mengurangi biaya-biaya yang tidak efektif, sehingga perusahaan lebih mudah mengefektifkan biaya produksi. Masalah biaya produksi adalah masalah yang sangat penting untuk dikendalikan oleh manajemen perusahaan. Manajemen harus berusaha

menggunakan sumberdaya yang dimiliki secara efektif dan efisien guna menunjang keberhasilan perusahaan.

Pada perusahaan manufaktur, proses produksi merupakan bagian terpenting akibat pengaruhnya terhadap biaya produksi perusahaan, termasuk perusahaan berskala besar, menengah, ataupun berskala kecil. Proses produksi yang dilakukan tidak pernah lepas dari unsur biaya. Biaya yang terlibat dalam biaya produksi diantaranya ialah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Apabila tidak ada salah satu dari ketiga komponen biaya tersebut, maka biaya produksi belum tercapai karena pada dasarnya ketiga komponen tersebut saling berkaitan (Mulyadi, 2016).

Dalam hal ini, cara yang bisa digunakan untuk membantu manajer untuk memperoleh laba yang diinginkan perusahaan yakni dengan penerapan biaya target (*Target Costing*). *Target Costing* merupakan metode penentuan biaya yang didasari oleh perencanaan harga jual dan laba yang diinginkan dari suatu produk, yang kemudian dilakukan desain serta proses produksi guna mencapai tujuan perbaikan usaha pada pengurangan biaya manufaktur produk (Caroline, 2016).

Target Costing bertujuan untuk mengurangi dan merancang biaya produk pada saat perencanaan biaya selama tahap manufaktur. Biaya merupakan pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna di masa yang akan datang serta mempunyai manfaat melebihi periode akuntansi tahunan.

Penentuan biaya dengan metode *target costing* didasari oleh harga jual dan laba yang diinginkan oleh perusahaan, dalam penerapan metode ini perusahaan tidak melihat biaya yang sebenarnya dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk karena pada metode ini, biaya ditentukan sebelum terjadinya desain dan proses produksi. Semakin baik penerapan *target costing*, maka semakin baik pula peningkatan efisiensi biaya produksi yang akan berakibat terhadap penawaran harga dan pemaksimalan laba perusahaan (Indriani, 2017).

Metode perhitungan *target costing* ini dikembangkan berdasarkan dua karakteristik penting yaitu pasar dan biaya. Karakteristik pertama ialah perusahaan tidak bisa mengendalikan harga, pasarlah (penawaran dan permintaan) yang menentukan harga, dan karakteristik yang kedua ialah sebagian besar biaya produk ditentukan pada tahap desain (Anugerah, 2017).

Penelitian mengenai *target costing* dilakukan oleh Longdong (2016) yang berjudul “Penerapan *Target Costing* Dalam Perencanaan Biaya Produksi Pada CV. Sinar Mandiri”, yang menghasilkan kesimpulan bahwa dengan penerapan metode *target costing* dengan menggunakan pengendalian biaya dapat menekan biaya pada saat proses perencanaan produksi, sehingga perusahaan mendapatkan laba sesuai dengan apa yang diharapkan.

Selain itu, *target costing* juga berhasil diterapkan pada UKM Hidup Baru Steel seperti yang diteliti oleh Indriani (2017). Dengan menggunakan metode ini, UKM Hidup Baru Steel dapat menghemat pengeluaran bahan baku langsung dan biaya overhead pabrik sehingga total biaya produksi menurun dan laba yang diperoleh perusahaan dapat meningkat sesuai dengan apa yang di targetkan oleh perusahaan.

Penelitian Wusyang (2019) pada UD. JJ Bakery menunjukkan bahwa ada efisiensi ketika perusahaan menggunakan metode *target costing*, yakni laba perusahaan menjadi meningkat dari sebelum menggunakan metode ini. *Target costing* merupakan alternatif yang baik bagi UD. JJ Bakery untuk menekan biaya produksinya.

Darmasya (2019) juga melakukan penelitian mengenai metode *target costing* dengan judul “Analisis Penerapan Metode *Target Costing* Dalam Efisiensi Biaya Produksi Batako Pada UD. Darma Yasa Buleleng”, yang mana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwasannya biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan lebih efisien ketika menerapkan metode *target costing* daripada sebelum perusahaan menggunakan metode tersebut sebagai perhitungan biaya produksinya.

Home Industry Keramik Soeharto merupakan salah satu Industri Kecil Menengah (IKM) yang bergerak di bidang perusahaan manufaktur yang memproduksi keramik. Usaha ini didirikan oleh Bapak Soeharto di Malang. *Home Industry* Keramik Soeharto ini melayani pembuatan berbagai macam souvenir dengan bahan keramik. Permintaan keramik juga semakin naik seiring dengan maraknya usaha properti di Indonesia. Namun, dalam perencanaan dan perhitungan biaya produksinya, *Home Industry* Keramik Soeharto ini masih menggunakan metode biaya tradisional, yakni perhitungan biaya dengan hanya memperhitungkan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. Metode biaya tradisional ini juga kurang akurat ketika digunakan dalam penentuan harga pokok produksi karena masing-masing produk memiliki biaya *overhead* pabrik yang berbeda-beda.

Dalam produk keramik ini, perusahaan ingin menetapkan harga jual produk yang lebih murah dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaingnya agar dapat menarik minat konsumen. *Home Industry* Keramik Soeharto berusaha untuk mengeluarkan biaya produksi yang tidak terlalu besar. Maka dari itu, *Home Industry* Keramik Soeharto perlu menerapkan metode *target costing* karena sesuai tujuan perusahaan dalam menciptakan produk yang sesuai keinginan konsumen dengan harga yang kompetitif. Perhitungan metode *target costing* dilakukan pada tahap perencanaan produksi sehingga dapat mengendalikan biaya yang dikeluarkan perusahaan dan mencapai target laba produk yang diinginkan.

Dari uraian pada latar belakang, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Penerapan *Target Costing* Dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba pada *Home Industry* Keramik Soeharto Malang”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat diambil oleh peneliti yaitu:

- 1.2.1 Bagaimana penerapan metode *target costing* dalam perhitungan biaya produksi pada *Home Industry* Keramik Soeharto?
- 1.2.2 Bagaimana penerapan metode *target costing* terhadap peningkatan laba pada *Home Industry* Keramik Soeharto?

1.3 Tujuan Masalah

- 1.3.1 Untuk mengetahui penerapan *target costing* dalam perhitungan biaya produksi pada *Home Industry* Keramik Soeharto.
- 1.3.2 Untuk mengetahui penerapan *target costing* terhadap peningkatan laba pada *Home Industry* Keramik Soeharto.

1.4 Manfaat Penulisan

1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

Penulis penelitian secara teoritis diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai bagaimana penerapan *target costing* dalam perencanaan biaya produksi untuk meningkatkan laba.

1.4.2 Manfaat Secara Praktisi

- a. Bagi Peneliti: Penelitian ini merupakan suatu media yang digunakan peneliti untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh peneliti selama ini, khususnya penerapan *target costing* dalam perencanaan biaya produksi.
- b. Bagi Perusahaan: Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi *Home Industry* Keramik Soeharto tentang penerapan *target costing* pada perencanaan biaya produksi.

- c. Bagi Entitas: Penelitian ini diharapkan dapat dapat menjadi bahan masukan dan menambah wawasan bagi perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama.
- d. Bagi Akademis: Penelitian ini dapat digunakan menjadi bahan referensi dan bahan bagi peneliti yang berminat dalam penelitian yang berhibungan dengan penerapan *target costing* pada perencanaan biaya produksi perusahaan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini merupakan salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperbanyak bahan kajian pada penelitian penulis. Penelitian terdahulu juga digunakan untuk mengetahui pembaharuan dari setiap tahun yang telah digunakan oleh masing-masing peneliti.

Berikut hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya:

Tabel 2.1
Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Febriana Martina Longdong, 2016, Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Perencanaan Biaya Produksi pada CV. Sinar Mandiri	<i>Target Costing</i> dan Biaya Produksi	Metode Kualitatif	Metode <i>target costing</i> yang diterapkan pada CV. Sinar Mandiri sangat berpengaruh terhadap biaya produksi, dimana menerapkan metode tersebut dengan pengendalian biaya mampu mengurangi biaya produksi sehingga laba yang ditargetkan dapat tercapai.
No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian

2.	Tertius Clara Caroline, dkk, 2016, Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> dan <i>Activity-Based Costing</i> Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Pengendalian Biaya Produksi pada UD. Bogor Bakery	<i>Target Costing</i> dan Biaya Produksi	Metode Kualitatif	Metode <i>target costing</i> belum tepat diterapkan dalam perhitungan biaya produksi pada UD. Bogor Bakery karena menunjukkan perhitungan jumlah biaya produksi yang sangat tinggi, yang menunjukkan bahwa target biaya yang ditentukan perusahaan sangat tinggi dari biaya produksi yang sebenarnya.
3.	Eza Gusti Anugerah, dkk, 2017, Penerapan <i>Target Costing</i> dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba pada UKM Tape Sumber Madu	<i>Target Costing</i> , Biaya Produksi, dan Laba	Metode Kualitatif	Dengan menerapkan <i>target costing</i> , UKM Sumber Madu dapat menekan biaya produksi dan meningkatkan laba hingga tercapai target laba yang diinginkan perusahaan.
4.	Cynthia Indriani, dkk, 2017, Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba pada UKM Hidup Baru Steel	<i>Target Costing</i> , Biaya Produksi, dan Laba	Metode Kualitatif	Dengan diterapkannya metode <i>target costing</i> , UKM Hidup Baru Steel dapat menghemat pengeluaran biaya produksi dan perusahaan dapat mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan.
No.	Nama, Tahun,	Variabel dan		

	Judul Penelitian	Indikator atau Fokus Penelitian	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
5.	Juwita Rukmini, dkk, 2017, Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Produk pada CV. Hoki	<i>Target Costing</i> , Biaya Produksi, dan Laba	Metode Kualitatif	Hasil perhitungan biaya produksi menggunakan metode <i>target costing</i> dengan alternatif rekayasa nilai menunjukkan bahwa penerapan <i>target costing</i> pada CV. Hoki lebih efisien dibandingkan dengan yang dilakukan perusahaan selama ini, serta laba yang diperoleh sesuai dengan yang diinginkan oleh perusahaan.
6.	Anggraeni Merry Sumakul, dkk, 2018, Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi pada CV. Verel Tri Putra Mandiri	<i>Target Costing</i> dan Biaya Produksi	Metode Kualitatif	<i>Target Costing</i> merupakan alternatif yang baik bagi CV. Verel Tri Putra Mandiri dan diketahui perbedaan biaya dan jumlah total biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan setelah menggunakan metode ini dapat ditekan.
No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
7.	Cut Afifah, dkk, 2019, Penerapan	<i>Target Costing</i> , Biaya Produksi,	Metode Kualitatif	Metode <i>target costing</i> yang

	Metode <i>Target Costing</i> dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba pada UMKM Dendeng Sapi Banda Aceh	dan Laba		dilakukan pada UMKM Dendeng Sapi Banda Aceh sudah diterapkan dengan baik sehingga optimalisasi laba yang dilakukan juga ikut baik. Hal ini terbukti dengan adanya pencapaian laba sebesar 25%.
8.	Clarisa Christy Wusyung, dkk, 2019, Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor pada UD. JJ Bakery	<i>Target Costing</i> , Biaya Produksi, dan Laba	Metode Kualitatif	Perhitungan <i>target costing</i> pada UD. JJ Bakery menunjukkan adanya efisiensi ketika perusahaan menggunakan metode <i>target costing</i> , laba kotor perusahaan menjadi meningkat dan metode ini merupakan alternatif yang baik bagi UD. JJ Bakery untuk menekan biaya produksinya.
9.	Gede Darmasya, dkk, 2019, Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Efisiensi Biaya Produksi Batako Pada UD. Darma Yasa Buleleng.	<i>Target Costing</i> dan Biaya Produksi	Metode Kualitatif	Penerapan metode <i>target costing</i> dapat meningkatkan efisiensi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dibandingkan dengan sebelum menggunakan metode <i>target costing</i> .

Sumber: data diolah, 2021

Persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dalam bentuk tabel dibawah ini:

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
1.	Febriana Martina, 2016, Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Perencanaan Biaya Produksi pada CV. Sinar Mandiri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian menggunakan variabel <i>target costing</i> dan biaya produksi 2. Metode yang digunakan kualitatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek penelitian di CV. Sinar Mandiri 2. Tahun yang digunakan tahun 2015. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek penelitian di <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto Malang. 2. Tahun yang digunakan tahun 2021. 3. Variabel lain yang digunakan adalah laba.
2.	Tertius Clara Caroline, dkk, 2016, Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> dan <i>Activity-Based Costing</i> Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Pengendalian Biaya Produksi pada UD. Bogor Bakery	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian menggunakan variabel <i>target costing</i> dan biaya produksi 2. Metode yang digunakan kualitatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek penelitian di UD. Bogor Bakery. 2. Tahun yang digunakan tahun 2015 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek penelitian di <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto Malang. 2. Tahun yang digunakan tahun 2021. 3. Variabel lain yang digunakan adalah laba.
No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
3.	Eza Gusti Anugerah, dkk,	1. Penelitian menggunakan	1. Objek penelitian di	1. Objek penelitian di

	2017, Penerapan <i>Target Costing</i> dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba pada UKM Tape Sumber Madu	variabel <i>target costing</i> , biaya produksi, dan laba 2. Metode yang digunakan kualitatif.	UKM Tape Sumber Madu. 2. Tahun yang digunakan tahun 2015.	<i>Home Industry</i> Keramik Soeharto Malang. 2. Tahun yang digunakan tahun 2021.
4.	Cynthia Indriani, dkk, 2017, Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba pada UKM Hidup Baru Steel	1. Penelitian menggunakan variabel <i>target costing</i> , biaya produksi, dan laba. 2. Metode yang digunakan kualitatif.	1. Objek penelitian di UKM Hidup Baru Steel. 2. Tahun yang digunakan tahun 2016-2017.	1. Objek penelitian di <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto Malang. 2. Tahun yang digunakan tahun 2021.
5.	Juwita Rukmini, dkk, 2017, Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Produk pada CV. Hoki	1. Penelitian menggunakan variabel <i>target costing</i> , biaya produksi, dan laba. 2. Metode yang digunakan kualitatif.	1. Objek penelitian di CV. Hoki. 2. Tahun yang digunakan tahun 2017.	1. Objek penelitian di <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto Malang. 2. Tahun yang digunakan tahun 2021.
No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
6.	Anggraeni Merry Sumakul, dkk,	1. Penelitian menggunakan	1. Objek penelitian di	1. Objek penelitian di <i>Home</i>

	2018, Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi pada CV. Verel Tri Putra Mandiri	variabel <i>target costing</i> dan biaya produksi. 2. Metode yang digunakan kualitatif.	CV. Verel Tri Putra Mandiri. 2. Tahun yang digunakan tahun 2017.	<i>Industry Keramik Soeharto Malang</i> . 2. Tahun yang digunakan tahun 2021. 3. Variabel lain yang digunakan adalah laba.
7.	Cut Afiqah, dkk, 2019, Penerapan Metode <i>Target Costing</i> dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba pada UMKM Dendeng Sapi Banda Aceh	1. Penelitian menggunakan variabel <i>target costing</i> , biaya produksi, dan laba. 2. Metode yang digunakan kualitatif.	1. Objek penelitian di UMKM Dendeng Sapi Banda Aceh. 2. Tahun yang digunakan tahun 2018.	1. Objek penelitian di <i>Home Industry Keramik Soeharto Malang</i> . 2. Tahun yang digunakan tahun 2021.
8.	Clarisa Christy Wusyang, dkk, 2019, Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor pada UD. JJ Bakery	1. Penelitian menggunakan variabel <i>target costing</i> , biaya produksi, dan laba. 2. Metode yang digunakan kualitatif.	1. Objek penelitian di UD. JJ Bakery. 2. Tahun yang digunakan tahun 2019	1. Objek penelitian di <i>Home Industry Keramik Soeharto Malang</i> . 2. Tahun yang digunakan tahun 2021.
No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
9.	Gede Darmasya, dkk, 2019,	1. Penelitian menggunakan	1. Objek penelitian di	1. Objek penelitian di <i>Home</i>

	Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Efisiensi Biaya Produksi Batako Pada UD. Darma Yasa Buleleng.	variabel <i>target costing</i> dan biaya produksi. 2. Metode yang digunakan kualitatif.	UD. Darma Yasa Buleleng. 2. Tahun yang digunakan tahun 2019.	<i>Industry</i> Keramik Soeharto Malang. 2. Tahun yang digunakan tahun 2021. 3. Variabel lain yang digunakan adalah laba.
--	--	--	---	---

Sumber: data diolah, 2021

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 *Target Costing*

Rudianto (2013:145) *Target costing* merupakan metode untuk menentukan biaya produksi yang mana perusahaan akan lebih dulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga kompetitif, sehingga perusahaan bisa mendapatkan laba yang diinginkan. Menurut Witjaksono (2013:177) *Target costing* ialah sistem dimana penentuan harga pokok produksi sesuai dengan apa yang diinginkan sebagai dasar penetapan harga jual produk sehingga memperoleh laba yang diinginkan.

Indrawahyuni (2020) mengungkapkan bahwa tujuan utama dari *target costing* adalah mengurangi biaya karena sekali *target cost* telah tercapai, maka suatu *target cost* yang baru dapat lebih rendah ditentukan. Selain itu, *target costing* juga dapat memotivasi karyawan agar bisa mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan pada saat pengembangan produk.

Disebutkan dalam Al-Qur'an bahwa semua aktifitas manusia hendaknya ditujukan dan diniatkan untuk mencari keridhaan Allah SWT, karena hal ini merupakan akar dari seluruh kebaikan seperti yang dijelaskan dalam Qur'an surah At-Taubah ayat 72, yang berbunyi:

وَعَدَ اللَّهُ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا
وَمَسْكِنٍ طَيِّبَةٍ فِي جَنَّاتٍ عَدْنٍ ۖ وَرِضْوَانٍ مِّنَ اللَّهِ أَكْبَرُ ۗ ذَٰلِكَ هُوَ الْفَوْزُ
الْعَظِيمُ

“Allah menjanjikan kepada orang-orang mukmin laki-laki dan perempuan, (akan mendapat) surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, mereka kekal di dalamnya, dan (mendapat) tempat yang baik di surga “Adn. Dan keridhaan Allah lebih besar. Itulah kemenangan yang agung”. (Qs. At-Taubah : 72).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa investasi, kekayaan milik seseorang, maupun bisnis yang terbaik ialah jika ditujukan untuk menggapain ridha Allah. Jika keridhaan Allah menjadi prioritas paling atas, maka bisnis yang dijalankan menjadi bisnis terbaik dari segala bisnis.

Konsep dalam melakukan bisnis juga disebutkan dalam Al-Qur’an Surah Al-Baqarah ayat 261, yang berbunyi:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِي
كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ ۗ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui”. (Qs. Al-Baqarah:261).

Surah Al-Baqarah ayat 261 tersebut telah memberikan gambaran mengenai bisnis yang baik, yakni untuk menafkahkan sebagian harta yang diperoleh dari menjalankan bisnis di jalan Allah, seperti menggunakan hartanya untuk berzakat, membantu fakir miskin, dan kebaikan-kebaikan yang lain, Allah akan melipat gandakan harta serta ganjaran bagi siapa saja yang melakukan kebaikan tersebut.

Sebuah bisnis dikatakan menguntungkan apabila pendapatan yang diperoleh melebihi biaya yang dikeluarkan atau ongkos produksi. Skala perhitungan bisnis seperti ini juga akan diperhitungkan di Akhirat.

Witjaksono (2013) *Target costing* dapat dihitung dengan cara mengurangi harga jual dengan laba yang diinginkan, yakni sebagai berikut:

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

Dengan perhitungan seperti itu, maka perusahaan harus mampu mengelola biaya dengan baik. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan membentuk sebuah tim pengembangan produk yang akan bertanggungjawab merancang sebuah produk yang dibuat dengan biaya tidak lebih besar dari target biaya yang telah dihitung.

Selain itu, perhitungan target costing juga dapat dilakukan dengan menggunakan rekayasa nilai (*value engineering*). Rekayasa nilai digunakan untuk mengidentifikasi cara yang dapat menurunkan biaya produksi yakni dengan melakukan *trade off*, antara lain: jenis dan tingkat yang berbeda dalam fungsional produk serta biaya produk total.

Longdong (2016) menyatakan bahwa pendekatan *target costing* dilakukan karena faktor-faktor sebagai berikut:

1. Perusahaan memiliki pengendalian yang kurang terhadap harga yang ditetapkan.

Pada pendekatan tradisional, harga ditetapkan dari biaya produksi dan ditambahkan dengan tingkat laba yang diharapkan. Hal ini membuat perusahaan menetapkan harga di atas kemampuan daya beli yang dimiliki oleh konsumen, sehingga menyebabkan produk yang dipasarkan oleh perusahaan tidak diminati oleh konsumen karena dianggap terlalu mahal. Pendekatan *target costing* muncul sebagai

akibat untuk menutupi kelemahan perusahaan yang tidak mampu melakukan pengendalian terhadap harga yang ditetapkan, yang dilakukan dengan penetapan harga jual terlebih dahulu.

2. Biaya produksi ditentukan pada saat selesai proses produksi.

Pada pendekatan tradisional, biaya produk ditetapkan pada saat proses produksi telah selesai. Hal ini sudah terlambat, karena produk sudah jadi dan akan dipasarkan. Apabila produk yang dihasilkan masih mampu bersaing dan mengikuti daya beli konsumen hal itu tidak jadi masalah, namun saat biaya produksi terlalu tinggi dan mengakibatkan harga jual juga tinggi hal itu akan membuat sebuah kegagalan dalam kemampuan penetapan harga jual yang lebih murah dan mengakibatkan konsumen akan menghindari pembelian produk perusahaan.

Menurut Affiqah (2019) terdapat tahap-tahap penerapan *target costing*. Adapun lima tahap penerapan *target costing*, yakni sebagai berikut:

1. Menentukan harga pasar.
2. Menentukan laba yang diinginkan.
3. Menghitung *target costing* pada harga pasar dikurangi laba yang diinginkan.
4. Menggunakan rekayasa nilai untuk menentukan cara menurunkan biaya produk.
5. Menggunakan perhitungan biaya keizen dan pengendalian operasional untuk terus menurunkan biaya.

Witjaksono (2013) mengungkapkan bahwa proses penerapan *target costing* menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Harga Menentukan Biaya

Persaingan yang semakin ketat menyebabkan penetapan harga jual produk bukan menjadi hal yang mudah. Harga jual suatu produk seringkali ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar digunakan untuk menentukan *target costing*.

2. Fokus pada Konsumen

Kebutuhan konsumen akan kualitas, biaya, serta fungsi suatu produk dapat dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan desain dan perhitungan harga pokok produk. Bagi konsumen, manfaat dan fungsi produk yang ditawarkan harus lebih besar dari harga jualnya.

3. Fokus pada Desain Produk

Pengendalian biaya ditekankan pada tahap desain proses produksi. Dengan begitu, setiap perubahan atau rekayasa harus dilakukan sebelum proses produksi agar dapat menekan biaya produksi.

Caroline (2016) menyatakan perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing* sering menemui beberapa kendala, diantaranya:

1. Konflik antar kelompok dan atau antar anggota kelompok.
2. Karyawan yang mengalami *burn out* dikarenakan adanya tuntutan target penyelesaian pekerjaan.
3. Target waktu penyelesaian yang terpaksa ditambah ataupun dikurangi.
4. Sulitnya melakukan pengaturan atas berbagai faktor penentu keberhasilan penerapan *target costing*.

2.2.2 Biaya Produksi

Informasi biaya produksi adalah bagian penting untuk menentukan harga jual produk. Biaya produksi mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan penentuan kualitas dan kuantitas suatu produksi. Biaya produksi juga dapat membantu perusahaan untuk melihat produk-produk yang akan menghasilkan laba lebih besar serta menambah keuntungan perusahaan.

Khasanah (2017) mengartikan biaya produksi sebagai biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Biaya ini terbagi atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, serta biaya overhead pabrik yang kemudian diolah menjadi produk jadi. Contoh dari biaya produksi diantaranya ialah biaya penyusutan mesin dan peralatan, biaya bahan baku, biaya overhead pabrik, serta biaya untuk menggaji tenaga kerja, termasuk yang langsung ataupun yang tidak langsung berkaitan dengan proses produksi. Dalam proses produksi, biaya bahan baku serta biaya tenaga kerja langsung disebut biaya utama, dan biaya tenaga kerja tidak langsung serta overhead pabrik disebut biaya konversi yang merupakan biaya untuk merubah bahan baku menjadi produk jadi.

Mulyadi (2016:275) menggolongkan biaya produksi dalam tiga kelompok, antara lain:

1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku ialah bahan untuk membuat keseluruhan produk barang jadi, serta merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk barang jadi.

2. Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja ialah pengeluaran usaha secara fisik ataupun mental oleh tenaga kerja guna merubah produk menjadi barang jadi. Biaya tenaga kerja merupakan pembebanan harga atas usaha yang dilakukan.

3. Biaya Overhead Pabrik

Overhead pabrik ialah elemen dari keseluruhan biaya produksi yang bukan termasuk kedalam biaya bahan baku serta biaya tenaga kerja. Pengelompokan overhead pabrik, antara lain:

- a. Biaya Bahan Penolong.
- b. Tenaga Kerja Tidak Langsung.
- c. Biaya Reparasi dan Pemeliharaan.
- d. Biaya yang terbentuk karena penilaian aktiva tetap.
- e. Biaya yang muncul akibat waktu yang berlalu.
- f. Biaya overhead pabrik lain membutuhkan pengeluaran uang tunai.

Efisiensi biaya produksi termasuk ke dalam faktor penting yang harus dijalankan oleh perusahaan guna mengoptimalkan laba. Efisiensi biaya produksi bisa diukur dengan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang dipakai guna membentuk keluaran tertentu.

2.2.3 Laba

Pada umumnya, tujuan utama didirikannya suatu perusahaan ialah untuk menciptakan kekayaan, sehingga laba usaha merupakan unsur penting yang menjadikan motivasi dan menjadi penggerak seluruh aktivitas produksi dalam suatu perusahaan.

Rudianto (2013:94) mengungkapkan bahwa seluruh aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh suatu perusahaan tidak terlepas dari kebutuhan menghasilkan laba usaha. Dimulai dari menentukan produk yang akan dihasilkan perusahaan, mencari dan mengumpulkan sumber

daya yang dibutuhkan, sampai dengan menggerakkan serta mengarahkan setiap sumber daya yang dimiliki guna tercapainya tujuan perusahaan. Jadi, laba usaha adalah alasan keberadaan sebuah perusahaan dan seluruh kegiatannya.

Sedangkan, Johan (2014) berpendapat bahwa laba merupakan sebuah alat yang dapat dijadikan sebagai alat untuk mengukur efektivitas dan efisiensi sebuah perusahaan. Laba juga menjadi salah satu informasi yang ada dalam laporan keuangan dan merupakan komponen penting bagi pihak internal ataupun eksternal perusahaan.

Indriani (2017) mengungkapkan bahwa laba merupakan selisih antara pendapatan dan biaya yang timbul dalam kegiatan utama atau sampingan perusahaan selama satu periode. Perusahaan dikatakan efektif dan efisien apabila perusahaan mampu mendapatkan laba yang telah ditargetkan oleh perusahaan tersebut.

Adapun ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan laba, yakni pada Surah Al-Baqarah ayat 16, yang berbunyi:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرَوُا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبَحَتْ تِجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ

“Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapatkan petunjuk”. (Qs. Al-Baqarah:16).

Penjelasan dari surah Al-Baqarah ayat 16 tersebut mengenai orang-orang yang membenci petunjuk dan jalan yang lurus, bahkan mereka lebih menyukai kesesatan yang dibeli dengan harga berapapun. Akan tetapi, pada kenyataannya perdagangan yang mereka lakukan tidak membawa keberuntungan.

Orang-orang yang berkelakuan demikian itu tidak mengetahui masalah perdagangan, karena jika pedagang mengalami kebangkrutan ia akan bangkit kembali selama masih mempunyai modal, tapi jika modal itu

telah habis ditangan lantaran kerugian, maka mustahil ia akan bangkit kembali dalam mencari keuntungan.

2.2.4 Integrasi Islam

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam suatu usaha untuk menghasilkan serta menambah nilai guna dari suatu usaha dari sisi fisik materialnya ataupun dari sisi moralitasnya, sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup manusia sebagaimana diajarkan dalam agama islam, guna mencapai kesejahteraan dunia maupun akhirat.

وَالِى مَدِينِ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَاقَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ قَدْ جَاءَتْكُمْ بَيِّنَةٌ مِنْ رَبِّكُمْ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَنْشَاءَهُمْ وَلَا تَفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

“Dan (Kami telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan saudara mereka, Syu'aib. Ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman”.(QS Al-A'raf:58).

Berdasarkan ayat Al-Qur'an diatas, dijelaskan bahwa dalam menentukan harga produksi, harus disesuaikan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Ayat diatas juga menjelaskan bahwa bisnis yang menguntungkan ialah bukan hanya dengan melakukannya secara profesional dan benar, namun juga harus dapat menghindari segala macam praktek-praktek yang dapat merugikan konsumen seperti kecurangan, bisnis kotor, dan perilaku koruptif.

مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ آخِرَةٍ نَزَدْنَا لَهُ فِي حَرْثِهِ^ط وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ
الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي آخِرَةٍ 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)

Surah Asy-Syura ayat 20 diatas mengajarkan apabila manusia hanya menginginkan duniawi saja maka Allah SWT hanya akan menambah keuntungan duniawi sedikit saja tanpa disertai dengan keuntungan akhirat. Sementara apabila manusia menginginkan keuntungan di akhirat, maka ia akan mendapatkan keuntungan duniawi maupun akhirat. Sehingga, apabila sebuah bisnis ingin memperoleh laba yang besar maka harus diimbangi dengan hal yang memberikan keuntungan di akhirat.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan gambaran skema penelitian atau alur pemikiran yang dilakukan oleh peneliti. Kerangka berfikir dalam penelitian ini yang dilakukan di *Home Industry Keramik Soeharto Malang*. Untuk memudahkan gambaran penelitian dijabarkan dalam skema berpikir berikut ini

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber: Data diolah, 2021

Dari skema kerangka berfikir diatas, dapat diketahui bagaimana tahapan penelitian yang akan dilakukan. Yang pertama ialah dengan menentukan harga pasar dan laba. Kemudian memulai penelitian dengan menghitung *target costing* yakni harga pasar dikurangi dengan laba yang diinginkan. Setelah itu, dilakukan perencanaan biaya produksi dan apabila biaya produksi masih melebihi *target costing*, langkah selanjutnya adalah dengan melakukan perekayasaan nilai pada biaya yang dikeluarkan agar biaya produksi dapat diturunkan dan mampu mencapai *target costing*. Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis dan dari analisis tersebut akan diketahui kondisi laba usaha sebelum dan sesudah menggunakan metode *target costing*. Terakhir adalah memberikan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2017:5). Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan mengenai penerapan *target costing* dalam perencanaan biaya produksi untuk meningkatkan laba pada *Home Industry* Keramik Soeharto Malang.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di *Home Industry* Keramik Soeharto Malang, yaitu di Jalan MT. Haryono XI, Dinoyo, Kota Malang. Peneliti memilih lokasi tersebut karena objeknya sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan serta pada *Home Industry* Keramik Soeharto Malang belum menggunakan metode *target costing* dalam perencanaan biaya produksinya.

3.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber daya, benda, ataupun sebuah lembaga yang berkaitan dengan sebuah penelitian yang akan diteliti. Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif adalah pihak-pihak yang menjadi sasaran penelitian atau sumber yang dapat memberikan informasi yang dipilih secara *purposive* berkaitan dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2012:126). Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik dari *Home Industry* Keramik Soeharto itu sendiri yang bernama Bapak Soeharto.

3.4 Data dan Jenis Data

Data dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari informan yang mempunyai perandalam *Home Industry* Keramik Soeharto. Data tersebut berkaitan dengan biaya-biaya utama dalam kegiatan produksi yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer ini berupa kata-kata dan tindakan orang-orang yang dapat diperoleh melalui wawancara dengan sumber data utama maupun pengamatan langsung (Sugiyono, 2017:219). Data primer dalam penelitian ini dapat diperoleh langsung dari *Home Industry* Keramik Soeharto Malang. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik usaha tersebut yang bernama Bapak Soeharto.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder diperoleh tidak langsung dari sumbernya atau dari lapangan, melainkan dari orang lain atau suatu dokumen (Sugiyono, 2017:219). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui dokumen yang sudah ada di perusahaan berupa: laporan biaya bahan baku, biaya overhead pabrik, gambaran umum perusahaan dan sebagainya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Kevalidan atau tidaknya suatu penelitian tergantung pada bagaimana jenis pengumpulan data yang digunakan untuk pemilihan metode yang sesuai dengan jenis dan sumber data dalam penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2017:219).

Berikut teknik pengumpulan data dalam penelitian ini:

3.5.1 Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dengan tujuan tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan (Moleong, 2014:186). Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada pemilik usaha yang bernama bapak Soeharto. Peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan sebelum wawancara dilaksanakan. Wawancara ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang bagaimana penerapan *target costing* dalam perencanaan biaya produksi untuk peningkatan laba pada *Home Industry* Keramik Soeharto Malang.

3.5.2 Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi tidak terbatas pada orang, namun pada suatu objek. Observasi berarti melakukan pemuatan penelitian terhadap suatu objek. Apabila dilihat pada proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi partisipan dan non-partisipan (Sugiyono, 2017:219). Observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk memahami dan mengetahui penerapan *target costing* dalam perencanaan biaya produksi.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh data informasi dalam bentuk arsip, dokumen, buku, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan dan keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2017:229). Dokumentasi dalam penelitian ini untuk memperoleh sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, serta catatan-catatan yang tersedia untuk menunjang penelitian.

3.6 Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara memilah data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2017:482).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti menggambarkan dan menjelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan penerapan *target costing* pada *Home Industry* Keramik Soeharto Malang. Data yang diperoleh peneliti dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang akan dijelaskan dan dideskriptifkan secara menyeluruh. Berikut langkah-langkah dalam menganalisis data-data yang telah diperoleh:

- 1) Reduksi data

Data yang diperoleh dari lokasi penelitian (data lapangan) dituangkan dalam uraian atau laporan yang lengkap dan terperinci. Laporan lapangan pada *Home Industry* Keramik Soeharto Malang seperti bukti transaksi dan catatan-catatan lebih difokuskan atau memilah data yang terkait dengan penerapan *target costing*.

- 2) Penyajian data

Setelah direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data pada penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian yang telah direduksi yang kemudian akan peneliti deskripsikan secara objektif. Data wawancara terkait penerapan *target costing* peneliti jabarkan secara sistematis dan rinci. Peneliti akan menjelaskan penerapan *target costing* pada *Home Industry* Keramik Soeharto Malang, kemudian

peneliti akan menyajikan data secara naratif dari pengelola data dan informasi terkait penerapan *target costing* dalam perencanaan biaya produksi perusahaan. Data yang telah disajikan akan digunakan sebagai penilaian terhadap penerapan *target costing* dalam perencanaan biaya produksi.

3) Penarikan kesimpulan atau verifikasi data

Langkah ketiga setelah dilakukan penyajian data secara tersusun dalam pola hubungan ialah menarik kesimpulan dari data dan bukti yang valid mengenai penerapan *target costing* pada *Home Industry* Keramik Soeharto Malang untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan perencanaan biaya produksi dengan kondisi yang terjadi di lapangan.



BAB IV

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Latar Belakang *Home Industry* Keramik Soeharto

Tahun 1953 terdapat pabrik keramik di wilayah Dinoyo yang merupakan proyek percontohan dengan menggunakan teknologi yang canggih dan maju pada saat itu. Produk yang dihasilkan pun sudah beraneka ragam seperti piring, cangkir, dan mangkok basi sehingga pabrik ini dikenal sebagai pabrik piring.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang terus mengalami kemajuan, pabrik ini tidak dapat mempertahankan eksistensinya dan kemudian ditutup. Penutupan pabrik keramik berakibat pada perekonomian masyarakat sekitar yang rata-rata bekerja sebagai pengrajin di pabrik tersebut. Setelah ditutupnya pabrik keramik, pengrajin mulai merintis industri keramik skala rumah tangga dan tersebar di Kelurahan Dinoyo, salah satunya adalah *Home Industry* Keramik Soeharto.

Home Industry Keramik Soeharto didirikan pada tahun 1984 oleh Bapak Soeharto yang beralamat di Jalan MT. Haryono XI, Dinoyo, Kota Malang. Produk keramik yang dihasilkan mengikuti selera pasar seperti vas bunga, guci, cangkir, mangkuk, mug dengan motif bernuansa natural ataupun klasik sehingga produk dapat diminati oleh konsumen. Harga yang ditawarkan juga relatif murah, yakni mulai Rp. 12.000 sampai dengan Rp. 25.000 per unitnya, kecuali ketika konsumen memesan keramik untuk souvenir, harga yang ditawarkan cenderung lebih mahal tergantung pada kerumitan dalam pembuatan keramik yang dipesan.

Tujuan utama didirikannya *Home Industry* Keramik Soeharto adalah untuk meningkatkan taraf hidup pemiliknya, yakni Bapak Soeharto. Selain itu, tujuan dari usaha ini yaitu menjadi produsen keramik yang dapat dipertanggungjawabkan kualitas produknya. Usaha ini juga secara tidak langsung dapat mengurangi angka pengangguran yang ada disekitar tempat usaha tersebut.

Berkembangnya industri keramik di Dinoyo membuat *Home Industry* Keramik Soeharto ini dihadapkan pada masalah persaingan yang semakin ketat. Persaingan tersebut mengharuskan pemilik usaha untuk selalu melakukan inovasi dan terus mengembangkan kreatifitas agar produknya tetap diminati konsumennya. Inovasi yang dilakukan Bapak Soeharto salah satunya adalah dengan mempertahankan kualitas keramik yang dihasilkan agar pelanggan selalu mendapat kepuasan ketika membeli produknya.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari *Home Industry* Keramik Soeharto, adalah sebagai berikut:

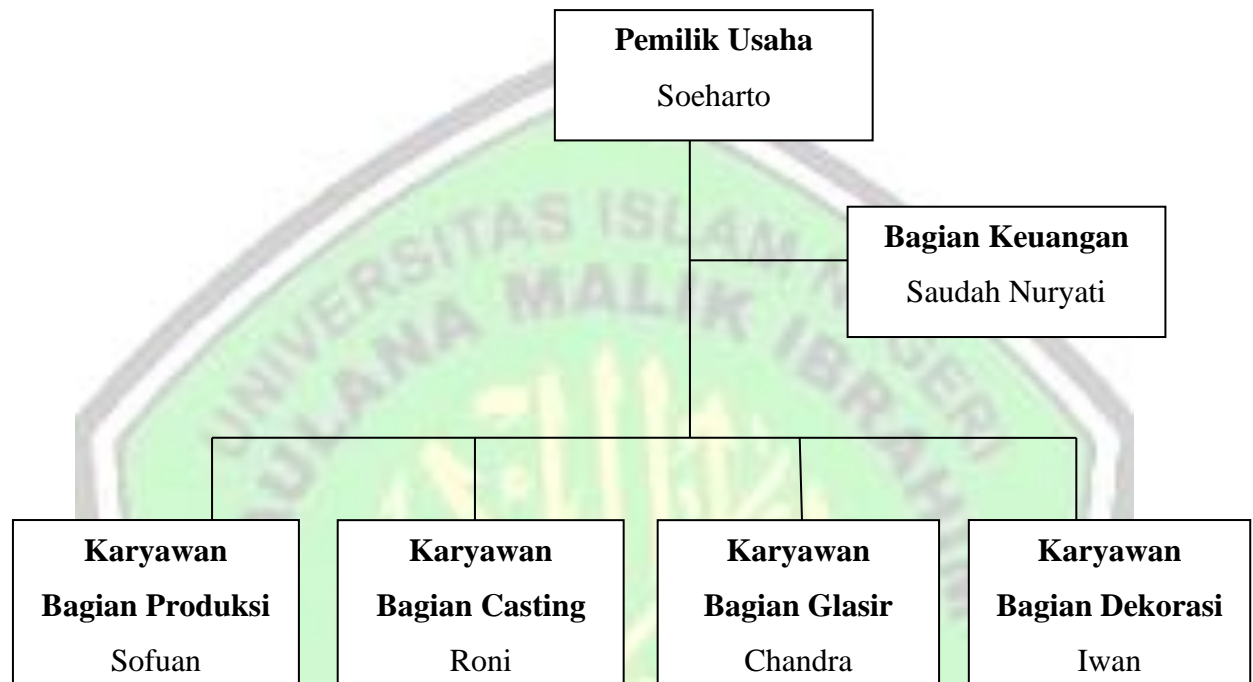
Menjadi industri keramik dalam skala nasional maupun internasional serta mampu menjadi mitra kerja secara profesional.

Sedangkan Misi dari *Home Industry* Keramik Soeharto, adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan produk keramik dengan kualitas produk yang berorientasi pada peningkatan citra, estetika produk
2. Membangun jaringan melalui sistem kemitraan pemasaran berbasis internet.
3. Melakukan peningkatan terhadap kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) karyawan melalui berbagai pendekatan edukasi yang sesuai dengan kebutuhan profesional karyawan.

4.1.3 Struktur Organisasi *Home Industry* Keramik Soeharto

Gambar 4.1
Struktur Organisasi *Home Industry* Keramik Soeharto



Adapun tugas, wewenang, dan tanggungjawab masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

1. Pemilik Usaha

Bertanggungjawab atas kelancaran seluruh kegiatan operasional perusahaan, memelihara hubungan baik antar bagian dalam perusahaan, serta mengatur kebijakan yang ada di perusahaan.

2. Bagian Keuangan

Menerima uang yang berasal dari pembayaran langsung dan mengeluarkan uang untuk keperluan usaha, mengontrol keuangan yang ada di perusahaan

mulai dari pencatatan, pembukuan, serta bertanggungjawab atas pemberian upah kepada karyawan perusahaan.

3. Karyawan Bagian Produksi

Bertugas dan bertanggungjawab atas jalannya proses produksi, merencanakan kebutuhan bahan baku, bahan penolong, dan alat produksi, serta bertanggungjawab atas kualitas produk yang dihasilkan.

4. Karyawan Bagian Casting

Bertugas untuk mencetak bahan baku yang sudah diolah ke dalam cetakan, membuka keramik yang sudah kering dari cetakan, serta menghaluskan badan keramik.

5. Karyawan Bagian Glasir

Bagian ini bertugas untuk memberikan warna pada keramik yang sudah dihaluskan dengan teknik semprot maupun celup.

6. Karyawan Bagian Lukis

Bertugas untuk memberi lukisan atau hiasan pada keramik yang sudah melewati tahap glasir. Pelukisan keramik didasarkan atas desain yang sudah dikehendaki.

4.1.4 Produk *Home Industry* Keramik Soeharto

Saat ini produk yang dihasilkan oleh *Home Industry* Keramik Soeharto sudah beraneka ragam, diantaranya yaitu:

1. Mug
2. Mangkok
3. Vas Bunga
4. Guci (25cm)
5. Wadah Aromaterapi

Setiap minggunya, *Home Industry* Keramik Soeharto mampu menghasilkan 600 keramik dalam berbagai jenis dalam sekali pembakaran dengan harga mulai dari Rp 12.000 – Rp. 25.000.

Sebagaimana disampaikan oleh Bapak Soeharto selaku pemilik usaha tanggal 24 Januari 2021 “*kalau di keramik Soeharto ini harga yang ditawarkan cukup terbilang murah, paling murah itu Mug harganya Rp. 12.000, Vas Bunga dan Wadah Aromaterapi Rp. 15.000, Mangkok Rp. 20.000 dan yang paling mahal ada Guci (25cm) yang harganya Rp. 25.000*”

Tabel 4.1
Home Industry Keramik Soeharto
Daftar Harga Keramik

Jenis Penjualan	Harga
Mug	Rp. 12.000
Mangkok	Rp. 20.000
Vas Bunga	Rp. 15.000
Guci (25cm)	Rp. 25.000
Wadah Aromaterapi	Rp. 15.000

Sumber: *Home Industry* Keramik Soeharto, 2021

4.1.5 Bahan Baku Langsung

Bahan baku meliputi bahan utama yang harus ada untuk menghasilkan sebuah produk dan penyediaan bahan baku merupakan hal yang berkaitan langsung dengan berjalannya proses produksi. Bahan baku mentah untuk keramik dibeli dari beberapa pulau di Indonesia seperti Malang Selatan, Bantur, Purbalingga, Kalimantan, Banjarnegara, sampai dengan Belitung.

Dalam pengadaan bahan bakunya, *Home Industry* Keramik Soeharto mengambil dari UPT AIK Keramik Malang yang memang memfasilitasi para pelaku usaha keramik dengan cara memproduksi

barang setengah jadi berupa masse dan glasir sehingga *Home Industry Keramik Soeharto* ini tidak pernah mengalami kesulitan atau kekurangan dalam pengadaan bahan baku keramik.

Bapak Soeharto selaku pemilik usaha tanggal 24 Januari menuturkan:

“Bahan baku yang digunakan untuk keramik ini ada Pasir Kuarsa, Kaolin, Clay, sama Feldspar. Material mentah sumbernya ada di Malang Selatan daerah Donomulyo, di Kalimantan juga ada, bahkan sampai Belitung. Tapi saya ambilnya tidak sampai kesana karena disini ada UPT AIK yang memproduksi masse dan glasir, jadi selama ini saya tidak pernah mengalami kesulitan untuk memperoleh bahan baku untuk pembuatan keramik”.

4.1.6 Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan karyawan yang berperan langsung dalam proses produksi. Tenaga kerja yang dimiliki oleh *Home Industry Keramik Soeharto* merupakan tenaga kerja yang berasal dari daerah setempat. Saat ini *Home Industry Keramik Soeharto* memiliki 4 orang karyawan yang masing-masing mempunyai tugas berbeda seperti 1 orang dibagian produksi yang bertugas mengolah bahan baku menjadi bahan yang siap dicetak, 1 orang dibagian cetak, 1 orang dibagian glasir, dan 1 orang dibagian lukis atau dekorasi. Sistem penggajian dilakukan setiap bulan dengan sistem skala tunggal yakni dengan memberikan gaji yang sama kepada seluruh karyawan tanpa memperhatikan sifat pekerjaan dan beratnya tanggungjawab karyawan tersebut.

Wawancara yang dilakukan pada tanggal 24 Januari 2021 dengan Bapak Soeharto selaku pemilik usaha mengenai tenaga kerja menyatakan:

“Saat ini saya punya 4 orang karyawan, 1 orang di produksi, 1 orang bagian cetak, 1 orang di glasir, dan 1 orang lagi bagian lukis.

Sistem penggajian disini tidak dibeda-bedakan, jadi semua karyawan mendapat gaji Rp. 1.600.000 setiap bulannya”.

4.1.7 Bahan Penolong

Selain bahan baku, bahan penolong juga dibutuhkan seiring dengan proses produksi dan merupakan pendukung bahan baku utama untuk menghasilkan sebuah produk baru. Bahan penolong yang dibutuhkan untuk membuat keramik di *Home Industry* Keramik Soeharto ini berupa gas LPG yang digunakan untuk proses pembakaran keramik, glasir untuk memberi warna pada keramik, dan cat untuk memberikan hiasan atau dekorasi pada keramik.

4.1.8 Pemasaran

Hasil produksi *Home Industry* Keramik Soeharto telah dipasarkan di toko pemilik usaha yakni toko Soeharto yang berlokasi di Kampung Keramik Dinoyo, Malang. *Home Industry* Keramik Soeharto juga melakukan pemasaran ke berbagai kota dengan mengikuti acara pameran produk UMKM yang diselenggarakan oleh pemerintah setiap tahunnya.

Selain itu, untuk mengembangkan strategi pemasarannya *Home Industry* Keramik Soeharto juga telah menawarkan produknya secara online dengan memanfaatkan media sosial seperti *website* (usahakerajinankeramiksoeharto.business.site) dan *instagram* yang dapat diakses di (@keramik.soeharto) serta melalui *e-commerce* seperti bukalapak (toko keramik soeharto).

4.1.9 Keadaan Iklim

Salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dengan baik bagi pelaku usaha keramik adalah iklim. Keadaan iklim yang sesuai dengan kebutuhan produk akan berpengaruh pada kualitas produk itu sendiri. Proses pembuatan keramik membutuhkan sinar matahari yang

cukup. *Home Industry* Keramik Soeharto masih mengandalkan panasnya sinar matahari dalam melakukan proses pengeringan keramik, ketika musim panas hanya butuh kurun waktu 1-2 hari dalam mengeringkan keramik namun jika musim hujan proses pengeringan membutuhkan waktu selama 5-6 hari.

4.1.10 Proses Produksi *Home Industry* Keramik Soeharto

Produksi yang dijalankan oleh *Home Industry* Keramik Soeharto bersifat terus-menerus, dimana dalam proses produksi terdapat tahapan yang harus dilakukan secara berurutan sesuai dengan yang telah ditentukan dan tidak boleh saling mendahului, dengan kata lain tahap kedua tidak dapat dilakukan ketika tahap pertama belum selesai.

Terdapat beberapa mesin dan peralatan yang digunakan dalam proses produksi di *Home Industry* Keramik Dinoyo, seperti yang dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
***Home Industry* Keramik Soeharto**
Mesin dan Peralatan

No.	Mesin	Fungsi
1.	Mixing tank	Untuk mencampur semua bahan baku agar menjadi halus dan rata
2.	Tungku Bakar	Untuk membakar keramik dan merupakan proses akhir dalam pembuatan keramik
3.	Bak	Untuk menampung bahan baku
4.	Timbangan Bahan	Untuk menimbang bahan baku yang akan diolah
5.	Pisau dan Busa	Untuk merapikan bentuk keramik pada saat produk masih setengah jadi
6.	Rak	Untuk menampung barang setengah jadi yang akan dikeringkan

7.	Kereta Angkut	Untuk mengangkut keramik yang telah dijemur
8.	Kapset	Untuk menampung barang setengah jadi yang akan dibakar

Sumber: *Home Industry Keramik Soeharto*, 2021

Proses pembuatan keramik di *Home Industry Keramik Soeharto* memiliki beberapa tahapan-tahapan, sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Sofuan selaku karyawan bagian produksi

“proses pembuatan keramik ini ada 9 tahap, yang pertama ya menyiapkan model keramik yang akan dibuat, setelah itu kita buat pola cetakan keramik dari Gyps, tahap yang ketiga mencampurkan semua bahan baku ke Mixing Tank dan diaduk, kalau sudah tercampur rata baru dicetak dan dijemur sampai kering, selanjutnya ada proses Casting yaitu mengeluarkan masse yang sudah kering dari cetakan kemudian di warnai atau kita biasa menyebutnya dengan glasir, ada yang dengan cara di celup ada juga yang disemprotkan, setelah diwarnai baru kita mulai lukis sesuai dengan kreativitas kita, yang terakhir menyusun keramik yang sudah dilukis tadi di rak-rak dan dibakar, pembakarannya menggunakan tungku bakar dengan suhu 1200°C”.

1) Mempersiapkan Model Keramik

Tahap pertama yang dilakukan *Home Industry Keramik Soeharto* dalam pembuatan keramik adalah mempersiapkan desain model keramik yang akan dicetak.

2) Membuat pola cetakan

Setelah desain model keramik dibuat, tahap selanjutnya adalah membuat cetakan yang terbuat dari Gyps sesuai dengan pola desain. Gyps dicampur dengan air dan dikeringkan dengan cara dijemur di panas matahari sampai cetakan tersebut benar-benar kering.

Gambar 4.2
Cetakan Keramik dan Proses Pencetakan Keramik



Sumber: *Home Industry Keramik Soeharto*

3) Pengelolaan Bahan Baku (Masse)

Bahan baku yang terdiri dari pasir kuarsa, kaolin, clay, feldspar dicampurkan menjadi satu dan diaduk pada sebuah mesin yang disebut Mixing Tank. Disini bahan-bahan diaduk hingga benar-benar tercampur rata. Setelah bahan-bahan tersebut benar-benar rata, halus, dan baik, maka bahan tersebut siap diturunkan ke dalam cetakan yang telah diberi serbuk kaolin untuk mempermudah melepaskan masse yang sudah kering dari cetakannya. Setelah itu, cetakan yang berisi masse tersebut dijemur dipanas matahari sampai benar-benar kering.

Gambar 4.3
Proses Pengelolaan Bahan Baku (Masse)



Sumber: *Home Industry Keramik Soeharto*

4) *Casting*

Setelah cetakan yang berisi masse tersebut dijemur dan kering, maka cetakan tersebut dibuka, keramik yang sudah kering diambil dari cetakannya.

Gambar 4.4
Proses Pengeringan Keramik



Sumber: *Home Industry Keramik Soeharto*

5) Spons

Tahap ini merupakan proses menghaluskan keramik yang sudah kering menggunakan spons dan air agar permukaan badan keramik benar-benar rapi dan halus.

Gambar 4.5
Proses Spons



Sumber: *Home Industry* Keramik Soeharto

6) Glasir

Proses pewarnaan keramik terdiri dari dua macam teknik pewarnaan, yakni dengan cara pencelupan dan yang kedua dengan cara penyemprotan (*spray*). Hasil yang didapatkan dari kedua macam teknik pewarnaan tersebut sama-sama baik.

7) Dekorasi

Dekorasi merupakan proses memberi lukisan pada keramik dan pada *Home Industry* Keramik Soeharto ini memberikan hiasan atau lukisan pada keramikny sesuai dengan selera dan kreativitas.

8) Penyusunan

Dalam proses penyusunan, keramik tersebut disusun diatas rak-rak untuk kemudian dibakar dalam tungku pembakaran.

Gambar 4.6
Penyusunan Keramik



Sumber: *Home Industry* Keramik Soeharto

9) Pembakaran

Tahap terakhir dalam pembuatan keramik di *Home Industry* Keramik Soeharto adalah pembakaran. Setelah keramik tersebut disusun diatas rak, maka keramik tersebut dimasukkan dalam tungku pembakaran. Keramik-keramik tersebut dibakar dengan suhu 1200°C dan memerlukan waktu 24 jam.

Gambar 4.7
Proses Pembakaran Keramik



Sumber: *Home Industry Keramik Soeharto*

10) Packing

Keramik yang siap untuk dijual kemudian dimasukkan ke dalam kardus-kardus yang akan disimpan di dalam gudang dan siap untuk dijual.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Penerapan *Target Costing* dalam perhitungan biaya produksi pada *Home Industry Keramik Soeharto*

Dalam perhitungan biaya produksi yang dilakukan oleh *Home Industry Keramik Soeharto* dibagi menjadi tiga komponen, yakni biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Adapun produk yang dihasilkan *Home Industry Keramik Soeharto* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Home Industry Keramik Soeharto
Hasil Produksi
Bulan Januari Tahun 2021

Jenis Produk	Jumlah produksi
Mug	440 buah
Mangkok	460 buah
Vas Bunga	440 buah
Guci (25cm)	480 buah
Wadah Aromaterapi	450 buah

Sumber: *Home Industry Keramik Soeharto*, 2021

Biaya produksi pada *Home Industry Keramik Soeharto*, adalah sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk semua bahan baku produk keramik. Berdasarkan informasi dari Bapak Soeharto, selaku pemilik usaha dapat diketahui jumlah pemakaian bahan baku:

Tabel 4.4
Home Industry Keramik Soeharto
Biaya Bahan Baku
Bulan Januari Tahun 2021

Jenis Bahan Baku	Nilai Satuan	Jumlah Kebutuhan	Biaya yang Dikeluarkan
Pasir Kuarsa	Rp. 1.500/kg	900kg	Rp. 1.350.000
Kaolin	Rp. 1.000/kg	500kg	Rp.500.000
Clay	Rp. 1.500./kg	500kg	Rp.750.000
Feldspar	Rp. 1.600/kg	800kg	Rp. 1.280.000
Total			Rp. 3.880.000

Sumber: *Home Industry Keramik Soeharto*, 2021

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja pada *Home Industry* Keramik Soeharto dibebankan berdasarkan jumlah pemakaian jam tenaga kerja langsung. Adapun biaya tenaga kerja langsung pada *Home Industry* Keramik Soeharto dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
***Home Industry* Keramik Soeharto**
Biaya Tenaga Kerja Langsung
Bulan Januari Tahun 2021

Bagian	Biaya Tenaga Kerja Langsung
Produksi	Rp. 1.600.000
Casting	Rp. 1.600.000
Glasir	Rp. 1.600.000
Lukis	Rp. 1.600.000
Total	Rp. 6.400.000

Sumber: *Home Industry* Keramik Soeharto, 2021

3. Biaya Overhead Pabrik

Tabel 4.6
***Home Industry* Keramik Soeharto**
Biaya Overhead Pabrik
Bulan Januari Tahun 2021

No.	Keterangan	Jumlah Biaya
1.	Biaya Bahan Penolong (Glasir dan Cat)	Rp. 600.000
2.	Biaya Kemasan	Rp. 300.000
3.	Biaya Energi (Bahan Bakar dan Listrik)	Rp. 1.200.000
4.	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	Rp. 500.000
5.	Biaya Depresiasi	Rp. 400.000
	Biaya Lain-lain:	

	Biaya Kebersihan	Rp. 100.000
	Total Biaya Lain-lain	Rp. 100.000
	Total Biaya Overhead Pabrik	Rp. 3.000.000
	Total	Rp. 3.100.000

Sumber: *Home Industry* Keramik Soeharto, 2021

Biaya Overhead Pabrik pada *Home Industry* Keramik Soeharto dapat dilihat pada keterangan dibawah ini:

- a. Biaya Bahan Penolong, yakni biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan-bahan guna melengkapi pembuatan barang jadi. Bahan penolong terdiri dari glasir dan cat yang jumlah biayanya adalah sebesar Rp.600.000 pada bulan Januari Tahun 2021.
- b. Biaya Kemasan, merupakan biaya yang dikeluarkan untuk media pembungkus barang jadi dan siap untuk dipasarkan. Pengeluaran untuk biaya kemasan adalah sebesar Rp. 300.000 pada bulan Januari Tahun 2021.
- c. Biaya Energi, merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pemakaian bahan bakar dan listrik yang berguna untuk menjalankan mesin atau menyalakan tungku pembakaran. Pengeluaran untuk biaya energi adalah sebesar Rp. 1.400.000 pada bulan Januari Tahun 2021.
- d. Biaya Reparasi dan Pemeliharaan, yakni sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk memelihara mesin-mesin dan peralatan produksi yang digunakan dalam proses produksi keramik agar kondisinya selalu baik dan normal. Jumlah biaya reparasi dan pemeliharaan adalah sebesar Rp. 500.000 pada bulan Januari Tahun 2021.
- e. Biaya Depresiasi, yaitu biaya yang dikeluarkan karena terdapat pengurangan nilai atau penyusutan terhadap aset berwujud. Hal ini dikarenakan aset mengalami penurunan kemampuan untuk terus bisa

digunakan dalam periode tertentu. Jumlah biaya depresiasi adalah sebesar Rp. 600.000 pada bulan Januari Tahun 2021.

- f. Biaya Lain-lain, yakni sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk menunjang proses produksi keramik. Jumlah yang dikeluarkan untuk biaya lain-lain adalah sebesar Rp. 100.000 pada bulan Januari Tahun 2021.

Home Industry Keramik Soeharto masih menggunakan metode tradisional yang sederhana dalam menentukan harga jual produknya. Pemilik usaha menentukan harga jual produk berdasarkan kondisi pasar dengan terjun langsung ke daerah yang menjadi tujuan pemasaran produknya dan mengamati harga jual yang ditawarkan oleh para pesaingnya, sebagaimana yang disampaikan Bapak Soeharto selaku pemilik usaha dalam wawancara yang dilakukan pada tanggal 24 Januari 2021

“dalam menentukan harga keramik saya hanya menghitung jumlah biaya bahan baku yang dikeluarkan dibagi dengan berapa produk yang dihasilkan dalam satu pembakaran, saya juga hanya melihat harga pasar, jadi tidak ada perhitungan yang terperinci untuk menentukan harga jual”.

Berdasarkan rincian biaya yang telah disebutkan sebelumnya, maka biaya yang dikeluarkan oleh *Home Industry* Keramik Soeharto untuk produksi 2800 buah keramik setiap bulannya, sebagai berikut:

Tabel 4.7
Biaya Produksi *Home Industry* Keramik Soeharto dengan Metode Perhitungan Tradisional Bulan Januari Tahun 2021

Biaya Bahan Baku	Rp. 3.880.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 6.400.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 3.100.000
Jumlah	Rp. 13.380.000

Sumber: *Home Industry* Keramik Soeharto, 2021

Berdasarkan teori yang berlaku secara umum, perhitungan yang dilakukan oleh *Home Industry* Keramik Soeharto masih kurang tepat. Hal tersebut dikarenakan biaya kemasan yang merupakan biaya operasional tidak bisa dijadikan sebagai salah satu komponen dalam menghitung jumlah biaya *overhead* pabrik. Berdasarkan uraian tersebut, maka perbaikan yang penulis sarankan adalah:

Tabel 4.8
Biaya Produksi *Home Industry* Keramik Soeharto dengan Metode Perhitungan Tradisional Sesuai Teori yang Berlaku

Biaya Bahan Baku	Rp. 3.880.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 6.400.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 2.800.000
Jumlah	Rp. 13.080.000

4.2.2 Penerapan *Target Costing* dalam peningkatan laba pada *Home Industry* Keramik Soeharto

Target Costing merupakan metode yang dapat digunakan sebagai penentuan harga jual yang berorientasi pada pengurangan biaya produksi. Peneliti akan menganalisa bagaimana proses penerapan metode *target costing* pada *Home Industry* Keramik Soeharto. Analisa dan pembahasan yang akan peneliti lakukan adalah dengan menelusuri tahapan-tahapan untuk mencapai tujuan dalam penerapan *target costing*. Tahapan-tahapan tersebut, yakni sebagai berikut:

1. Menentukan harga pasar

Analisa harga dilakukan untuk mengetahui daya saing yang dimiliki oleh *Home Industry* Keramik Soeharto. Perbandingan harga keramik *Home Industry* Keramik Soeharto dengan produsen keramik lain yang sejenis mempunyai perbedaan yang signifikan, perbedaan

diantaranya berkisar 10%-15% dengan harga yang pesaing tawarkan dipasaran.

Saat ini *Home Industry* Keramik Soeharto memiliki beberapa jenis produk yang dikerjakan, dan mempunyai kesamaan jenis produk dengan produsen keramik lain, seperti yang disampaikan oleh Ibu Saudah bagian penjualan

“Model keramik di kampung Dinoyo ini semuanya hampir sama, di semua toko pasti menjual keramik yang jenisnya sama dengan yang dijual disini, mungkin yang membedakan ya hanya dekorasi dan harganya saja, kalau di keramik Soeharto ini harganya tidak terlalu mahal ya, kisaran Rp. 12.000 sampai Rp. 25.000 saja, jadi dengan harga segitu bisa menarik konsumen untuk membeli keramik di toko kami”.

Tabel 4.9
Daftar Harga Pasar
Bulan Januari Tahun 2021

Produk	Keramik Soeharto	Keramik S.N	Keramik Yan's
Mug	Rp. 12.000	Rp. 15.000	Rp. 12.000
Mangkok	Rp. 20.000	Rp. 20.000	Rp. 25.000
Vas Bunga	Rp. 15.000	Rp. 18.000	Rp. 15.000
Guci (25cm)	Rp. 25.000	Rp. 25.000	Rp. 22.000
Wadah Aromaterapi	Rp. 15.000	Rp. 15.000	Rp. 12.000

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, terdapat perbedaan harga pada produk *Home Industry* Keramik Soeharto dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing dipasaran yaitu Keramik SN dan Keramik Yan's. Jika dibandingkan dengan Keramik SN, harga yang ditawarkan keramik Soeharto masih lebih baik dan sangat memungkinkan untuk bersaing. Namun, jika dibandingkan dengan harga Keramik Yan's, harga yang ditawarkan oleh Keramik Soeharto masih lebih tinggi.

Dari hasil pengamatan peneliti, kemampuan pasar cenderung menginginkan harga yang lebih murah dengan kualitas produk yang baik, sehingga dengan gambaran kemampuan pasar tersebut, pemilik *Home Industry* Keramik Soeharto dihadapkan pada dua pilihan yakni dengan menurunkan harga atau tetap bertahan dengan harga yang ada saat ini.

2. Menentukan laba yang diinginkan

Dalam melakukan penjualan produk, *Home Industry* Keramik Soeharto menentukan laba 70% dari harga jual per produk. Namun, pemilik usaha Keramik Soeharto masih mengalami kesulitan untuk mencapai laba yang ditargetkan dikarenakan pemilik usaha kurang mempertimbangkan biaya-biaya produksinya. Selain itu juga, dengan bertambah banyaknya pesaing yang muncul di pasaran, mengakibatkan Bapak Soeharto merasa kesulitan untuk mencapai target laba yang diharapkan, seperti yang disampaikan beliau pada wawancara tanggal 24 Januari 2021

“sebenarnya target laba yang saya inginkan adalah 70%, tapi selama ini saya sulit untuk mencapai target tersebut, mungkin karena banyak pesaing dan saya tidak pernah memperinci biaya-biaya yang saya keluarkan untuk pembuatan keramik ini, jadi laba yang saya dapatkan cukup jauh dari target”.

3. Menghitung *Target Costing*

Penjualan produk yang dilakukan oleh *Home Industry* Keramik Soeharto, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Penjualan Produk
Bulan Januari Tahun 2021

Jenis Produk	Produk Terjual	Harga Jual	Pendapatan Penjualan
Mug	400 buah	Rp. 12.000	Rp. 4.800.000
Mangkok	380 buah	Rp. 20.000	Rp. 7.600.000

Vas Bunga	420 buah	Rp. 15.000	Rp. 6.300.000
Guci (25cm)	400 buah	Rp. 25.000	Rp. 10.000.000
Wadah Aromaterapi	350 buah	Rp. 15.000	Rp. 5.250.000
Jumlah	1.950 buah		Rp. 33.950.000

Sumber: Data diolah, 2021

Pada Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa jumlah pendapatan penjualan secara keseluruhan yang dimiliki oleh *Home Industry* Keramik Soeharto sebesar Rp. 33.950.000. Jumlah tersebut mencakup penjualan Mug sebesar Rp. 4.800.000, Mangkok sebesar Rp. 7.600.000, Vas Bunga sebesar Rp. 6.300.000, Guci sebesar Rp. 10.000.000, dan Wadah Aromaterapi sebesar Rp. 5.250.000. Jumlah pendapatan penjualan tersebut akan digunakan sebagai perhitungan persentase penjualan pada *Home Industry* Keramik Soeharto. Berikut perhitungan persentase pada *Home Industry* Keramik Soeharto:

Tabel 4.11
Persentase Penjualan

Jenis Produk	Pendapatan Penjualan	Total Penjualan	Persentase Penjualan
Mug	Rp.4.800.000	Rp. 33.950.000	14%
Mangkok	Rp.7.600.000		23%
Vas Bunga	Rp.6.300.000		18%
Guci (25cm)	Rp. 10.000.000		30%
Wadah Aromaterapi	Rp.5.250.000		15%
Jumlah	Rp. 33.950.000	Rp. 33.950.000	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Pada tabel 4.11, terlihat jelas bahwa persentase penjualan terbesar terdapat pada produk Guci (25cm) yaitu 29,80%, hal ini dikarenakan jumlah produksi Guci (25cm) lebih banyak dibandingkan dengan produksi

yang lain yakni sebanyak 480 buah. Dari hasil perhitungan diatas, dapat diketahui persentase alokasi pendapatan pada setiap jenis produk terhadap pendapatan penjualan produk secara keseluruhan.

Adapun perhitungan harga pokok produk dengan dasar alokasi pendapatan sebagai berikut:

1. Mug

Total Biaya Produk = Rp. 13.080.000

Persentase Pendapatan

(14% x Rp.13.080.000) = Rp. 1.831.200

Harga Pokok Produk

(Rp. 1.831.200 : 440) = Rp. 4.200

2. Mangkok

Total Biaya Produk = Rp. 13.080.000

Persentase Pendapatan

(23% x Rp. 13.080.000) = Rp. 3.008.400

Harga Pokok Produk

(Rp. 3.008.400 : 460) = Rp. 6.500

3. Vas Bunga

Total Biaya Produk = Rp. 13.080.000

Persentase Pendapatan

(18% x Rp. 13.080.000) = Rp. 2.354.400

Harga Pokok Produk

$$(\text{Rp. } 2.354.400 : 440) = \text{Rp. } 5.300$$

4. Guci (25cm)

$$\text{Total Biaya Produk} = \text{Rp. } 13.080.000$$

Persentase Pendapatan

$$(30\% \times \text{Rp. } 13.080.000) = \text{Rp. } 3.924.000$$

Harga Pokok Produk

$$(\text{Rp. } 3.924.000 : 480) = \text{Rp. } 8.200$$

5. Wadah Aromaterapi

$$\text{Total Biaya Produk} = \text{Rp. } 13.080.000$$

Persentase Pendapatan

$$(15\% \times \text{Rp. } 13.080.000) = \text{Rp. } 1.962.000$$

Harga Pokok Produk

$$(\text{Rp. } 1.962.000 : 450) = \text{Rp. } 4.500$$

Berdasarkan perhitungan harga pokok produk diatas maka akan disajikan perhitungan margin laba dalam penjualan tiap produk, yakni sebagai berikut:

Tabel 4.12
Perhitungan Margin Laba
(Menurut *Home Industry* Keramik Soeharto)

Jenis Produk	Harga Jual	Biaya Tiap Produk	Margin Laba	
			(Rp)	%

Mug	Rp. 12.000	Rp. 4.200	7.800	65%
Mangkok	Rp. 20.000	Rp. 6.500	13.500	67%
Vas Bunga	Rp. 15.000	Rp. 5.300	9.700	64%
Guci (25cm)	Rp. 25.000	Rp. 8.200	16.800	67%
Wadah Aromaterapi	Rp. 15.000	Rp. 4.400	10.600	70%

Sumber: Data diolah, 2021

Pada tabel 4.12 dapat diketahui besarnya margin laba yang didapat dari *Home Industry* Keramik Smoeharto dari penjualan produk mug, mangkok, vas bunga, guci (25cm), wadah aromaterapi. Walaupun *Home Industry* Keramik Soeharto sudah mendapat laba dari penjualan, namun hanya penjualan wadah aromaterapi saja yang telah mencapai target laba yang diinginkan oleh *Home Industry* Keramik Soeharto yaitu sebesar 70% dan untuk mencapai target laba maka peneliti akan melakukan perhitungan dengan menggunakan metode *target costing*.

Tabel 4.13
Perhitungan *Target Costing*

Jenis Produk	Pendapatan Penjualan	Laba 70%	Target Biaya
Mug	Rp.4.800.000	Rp. 3.360.000	Rp. 1.440.000
Mangkok	Rp. 7.600.000	Rp. 5.320.000	Rp. 2.280.000
Vas Bunga	Rp.6.300.000	Rp. 4.410.000	Rp. 1.890.000
Guci (25cm)	Rp. 10.000.000	Rp. 7.000.000	Rp. 3.000.000
Wadah Aromaterapi	Rp.5.250.000	Rp. 3.675.000	Rp. 1.575.000

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13, maka besarnya *target costing* dalam penjualan tiap produk untuk Mug sebesar Rp. Rp. 1.440.000, Mangkok sebesar Rp. 2.280.000, Vas Bunga sebesar Rp. 1.890.000, Guci (25cm)

sebesar Rp. 3.000.000, dan Wadah Aromaterapi sebesar Rp. 1.575.000. Dengan demikian, perhitungan *target costing* dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Mug

Besarnya *target costing* dalam penjualan tiap produk untuk Mug dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Target Costing (per produk)} = \underline{1.440.000}$$

400

$$= \text{Rp. } 3.600$$

2. Mangkok

Besarnya *target costing* dalam penjualan tiap produk untuk Mangkok dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Target Costing (per produk)} = \underline{\text{Rp. } 2.280.000}$$

380

$$= \text{Rp. } 6.000$$

3. Vas Bunga

Besarnya *target costing* dalam penjualan tiap produk untuk Vas Bunga dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Target Costing (per produk)} = \underline{\text{Rp. } 1.890.000}$$

420

$$= \text{Rp. } 4.500$$

4. Guci (25cm)

Besarnya *target costing* dalam penjualan tiap produk untuk Guci (25cm) dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Target Costing (per produk)} &= \underline{\text{Rp. 3.000.000}} \\ &400 \\ &= \text{Rp. 7.500} \end{aligned}$$

5. Wadah Aromaterapi

Besarnya *target costing* dalam penjualan tiap produk untuk Wadah Aromaterapi dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Target Costing (per produk)} &= \underline{\text{Rp. 1.575.000}} \\ &350 \\ &= \text{Rp. 4.500} \end{aligned}$$

Tabel 4.14
Perhitungan Margin Laba
(Menurut *Target Costing*)

Jenis Produk	Harga Jual	Biaya Tiap Produk	Margin Laba	
			(Rp)	%
Mug	Rp. 12.000	Rp.3.600	Rp. 8.400	70%
Mangkok	Rp. 20.000	Rp. 6.000	Rp. 14.000	70%
Vas Bunga	Rp. 15.000	Rp. 4.500	Rp. 10.500	70%
Guci (25cm)	Rp. 25.000	Rp. 7.500	Rp. 17.500	70%
Wadah Aromaterapi	Rp. 15.000	Rp.4.500	Rp. 10.500	70%

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 4.14 merupakan hasil perhitungan margin laba dalam penjualan yang menunjukkan bahwa *target costing* yang ditetapkan oleh perusahaan telah sesuai dengan persentase margin laba yang diharapkan dalam penjualan setiap produk.

4. Menggunakan Rekayasa Nilai

Target costing yang belum tercapai dapat diraih salah satunya dengan menggunakan rekayasa nilai, maka penulis akan melakukan efisiensi biaya agar dapat memenuhi *target costing* yang sesuai dengan laba yang ditargetkan oleh perusahaan. Maka dari itu, penulis dapat memberikan saran sebagai alternatif yang bisa diterapkan dalam mengambil keputusan dan dijadikan alat untuk mencapai efisiensi biaya, yakni dengan melakukan beberapa hal berikut:

1. Mengganti Bahan Baku Kaolin menjadi White Kaolin

Penggantian bahan baku Kaolin menjadi White Kaolin akan membuat perusahaan dapat menghemat jumlah pemakaian bahan baku Kaolin tersebut. Hal ini dikarenakan, Kaolin yang saat ini digunakan oleh perusahaan merupakan Kaolin yang belum diolah sehingga masih membutuhkan pengolahan lebih lanjut oleh perusahaan, seperti memisahkan tanah dengan campuran-campuran yang ada di dalamnya seperti bebatuan kecil. Sedangkan, untuk White Kaolin merupakan bahan instan yang sudah siap untuk digunakan oleh perusahaan dan harganya yang lebih murah dibandingkan dengan Kaolin mentah yakni Rp 900/kg.

Tabel 4.15
Biaya Bahan Baku Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai
Bulan Januari Tahun 2021

Jenis Bahan Baku	Nilai Satuan	Jumlah Kebutuhan	Biaya yang Dikeluarkan
Pasir Kuarsa	Rp. 1.500/kg	900kg	Rp. 1.350.000
Kaolin	Rp. 900/kg	500kg	Rp. 450.000
Clay	Rp. 1.500./kg	500kg	Rp. 750.000
Feldspar	Rp. 1.600/kg	800kg	Rp. 1.280.000
Total			Rp. 3.830.000

Sumber: *Home Industry* Keramik Soeharto, 2021

2. Mengganti Bahan Cat Akrilik dengan Cat Keramik

Cat yang digunakan untuk memberi warna pada keramik pada *Home Industry* Keramik Soeharto Malang adalah cat akrilik, yang mana harganya dapat mencapai Rp. 150.000/5kg. Agar dapat mencapai *target costing*, sebaiknya perusahaan mengganti cat akrilik dengan cat keramik yang harganya lebih terjangkau yakni Rp. 88.000/5kg. *Home Industry* Keramik Soeharto membutuhkan 10kg cat untuk proses pewarnaan keramik, sehingga jika mengganti cat akrilik dengan cat keramik, biaya yang dikeluarkan untuk pembelian cat hanya Rp. 176.000.

3. Meminimalisir Biaya Reparasi dan Pemeliharaan

Salah satu biaya yang dikeluarkan oleh *Home Industry* Keramik Soeharto adalah biaya reparasi dan pemeliharaan. Biasanya, kerusakan terjadi pada pengaduk mesin *Mixing Tank*, yang sering macet, dan biaya untuk perbaikannya bisa sampai Rp. 400.000. Maka untuk menghindari kerusakan pengaduk. Dalam hal ini, maka penulis memberikan alternatif untuk meminimalisir biaya yang dikeluarkan untuk reparasi dan pemeliharaan yakni dengan

melumasi pengaduk dengan *Grease* agar pengaduk *Mixing Tank* tidak sering mengalami kemacetan. Penggunaan *Grease* yang tepat dapat membuat pengaduk *Mixing Tank* lebih bertahan lama dan mengurangi biaya reparasi dan pemeliharaan yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Tabel 4.16
Biaya Overhead Pabrik Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai
Bulan Januari Tahun 2021

No.	Keterangan	Jumlah Biaya
1.	Biaya Bahan Penolong (Glisir dan Cat)	Rp. 476.000
2.	Biaya Kemasan	Rp. 300.000
3.	Biaya Energi (Bahan Bakar dan Listrik)	Rp. 1.200.000
4.	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	Rp. 320.000
5.	Biaya Depresiasi	Rp. 400.000
	Biaya Lain-lain:	
	Biaya Kebersihan	Rp. 100.000
	Total Biaya Lain-lain	Rp. 100.000
	Total Biaya Overhead Pabrik	Rp. 2.696.000
	Total	Rp. 2.796.000

Sumber: *Home Industry* Keramik Soeharto, 2021

Berdasarkan uraian diatas, maka apabila perusahaan menggunakan alternatif tersebut, maka biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan akan berubah seperti pada tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4.17
Biaya Produksi *Home Industry* Keramik Soeharto
Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai
Bulan Januari Tahun 2021

Biaya Bahan Baku	Rp. 3.830.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 6.400.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 2.796.000
Jumlah	Rp. 13.026.000

Sumber: *Home Industry* Keramik Soeharto, 2021

Maka dari itu, akan disajikan perbandingan kalkulasi biaya menurut perusahaan dan menurut *target costing* yang dapat dilihat pada tabel 4.18 berikut:

Tabel 4.18
Perbandingan Biaya Menurut Perusahaan dengan
Menurut *Target Costing* dalam Penjualan

Jenis Produk	Total Biaya Menurut Perusahaan	Total Biaya Menurut <i>Target Costing</i>	Selisih Biaya	
			(Rp)	%
Mug	Rp. 1.831.200	Rp. 1.440.000	Rp. 391.200	21%
Mangkok	Rp. 3.008.400	Rp. 2.280.000	Rp. 728.400	24%
Vas Bunga	Rp. 2.354.400	Rp. 1.890.000	Rp. 464.400	20%
Guci (25cm)	Rp. 3.924.000	Rp. 3.000.000	Rp. 924.000	23%
Wadah Aromaterapi	Rp. 1.962.000	Rp. 1.575.000	Rp. 387.000	20%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari perbandingan biaya menurut perusahaan dengan menurut *target costing* dapat dilihat bahwa terjadi penghematan

biaya pada masing-masing produk. Untuk perbandingan biaya tiap produk akan dijelaskan pada tabel 4.19 berikut:

Tabel 4.19
Perbandingan Biaya Menurut Perusahaan dengan
Menurut *Target Costing* Tiap Produk

Jenis Produk	Total Biaya Menurut Perusahaan	Total Biaya Menurut <i>Target Costing</i>	Selisih Biaya	
			(Rp)	%
Mug	Rp. 4.200	Rp. 3.600	Rp. 600	14%
Mangkok	Rp. 6.500	Rp. 6.000	Rp. 500	7%
Vas Bunga	Rp. 5.300	Rp. 4.500	Rp. 800	15%
Guci (25cm)	Rp. 8.200	Rp. 7.500	Rp. 700	8%
Wadah Aromaterapi	Rp. 4.400	Rp. 4.500	-	-

Sumber: Data diolah, 2021

Perbandingan biaya masing-masing produk yaitu untuk Mug sebesar 14%, Mangkok 7%, Vas Bunga 15%, dan Guci 8%.

Hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa *Target Costing* merupakan alternatif yang baik bagi *Home Industry* Keramik Soeharto Malang, dapat diketahui perbedaan jumlah total biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan setelah dan sebelum menggunakan metode *target costing*. Biaya yang dikeluarkan sebelumnya untuk membuat Mug memerlukan biaya Rp. 4.200, namun setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 3.600, untuk membuat Mangkok memerlukan biaya Rp. 6.500 menjadi Rp. 6.000, untuk membuat Vas Bunga memerlukan biaya Rp. 5.300 setelah menggunakan *target costing* hanya memerlukan biaya sebesar Rp. 4.500, dan untuk membuat Guci (25cm) memerlukan biaya sebesar Rp. 8.200 menjadi Rp. 7.500.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan perhitungan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Metode *Target Costing* dapat diterapkan pada *Home Industry* Keramik Soeharto Malang sebagai dasar untuk menetapkan biaya produksi yang lebih efisien. *Target Costing* juga merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan untuk menekan biaya produksinya, dimana dengan penerapan *target costing*, maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya hingga 15% dari biaya yang dikeluarkan sebelum menggunakan metode *target costing*.
2. Penerapan metode *target costing* memberikan dampak positif bagi laba yang diperoleh perusahaan dengan cara mengurangi biaya-biaya yang terjadi dalam proses produksi, sehingga laba yang ditargetkan perusahaan dapat tercapai. Laba yang diperoleh perusahaan pada produk keramik semula hanya 64-67%, namun dalam penerapan metode *target costing* untuk produk keramik dapat memperoleh laba sesuai dengan yang diinginkan oleh perusahaan yakni sebesar 70%.

5.2 Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran kepada pemilik *Home Industry* Keramik Soeharto untuk menggunakan metode *target costing* dalam upaya penghematan biaya produksi dan peningkatan laba perusahaan.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat pada pengembangan ilmu akuntansi manajemen, khususnya dalam pembahasan mengenai metode *target costing*, pemaksimalan laba, ataupun penekanan biaya produksi serta memberikan informasi tambahan mengenai tahap-tahap mengaplikasikan metode *target costing* untuk menekan biaya produksi dan pemaksimalan laba.

Bagi peneliti berikutnya, penulis menyarankan untuk mempersiapkan penelitian tersebut dengan seksama mulai dari lamanya waktu penelitian hingga periode data yang diperoleh dari perusahaan agar lebih mendapatkan hasil penelitian dari *target costing* secara mendalam.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim dan Terjemahannya.

Affiqah, Cut. (2019). *Penerapan Metode Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba Pada UMKM Dendeng Sapi Aceh di Banda Aceh*. Universitas Syiah Kuala. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi Vol. 4 No. 2 Tahun 2019.

Anugerah, Gusti Eka. (2017). *Penerapan Target Costing Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba*. Universitas Jember. *e-journal* Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Vol. IV No. 1 Tahun 2017.

Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Caroline, Tertius Clara. (2016). *Analisis Penerapan Target Costing dan Activity-Based Costing Dalam Pengendalian Biaya Produksi Pada UD. Bogor Bakery*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal Emba Vol. 4 No. 1 Tahun 2016.

Darmasya, Gede. (2019). *Analisis Penerapan Target Costing Dalam Efisiensi Biaya Produksi Batako Pada UD. Darma Yasa Di Desa Panji, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng*. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja. Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol. 11 No. 2 Tahun 2019.

<https://kompas.com/> Diakses Pada Tanggal 08 Oktober 2020
<https://www.google.com/amp.kompas.com/money/read/2019/03/24/084500726/punya-potensi-besar-industri-keramik-jadi-sektor-unggulan-indonesia>

<https://m.bisnis.com/> Diakses Pada Tanggal 08 Oktober 2020
<https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20190411/257/910510/kaya-bahan-baku-keramik-hias-indonesia-siap-mendunia>

Indrawahyuni. (2020). *Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada UD. Winda Gowa Sulawesi Selatan*. Equilibrium Vol. 9 No. 2 Tahun 2020.

Indriani, Cynthia. (2017). *Analisis Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Pada UKM Hidup Baru Steel*. Universitas Pakuan Bogor. Jurnal Vol.2 No.3 Tahun 2017.

Johan, Elmer Tamara. (2014). *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada PT. Mercedes-Benz Indonesia*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor. Jurnal Ilmiah Akuntansi Vol 2. No. 1 Tahun 2014.

Juwita, Rukmi. (2017). *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Produk*. Universitas Pos Indonesia. Jurnal Kajian Akuntansi Vol. 1 Tahun 2017.

Khasanah, Roisatul. (2017). *Analisis Penerapan Metode Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Untuk Memaksimalkan Laba Pada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka Salatiga*. Universitas Pandanaran Semarang. Jurnal Ekonomi-Akuntansi. Tahun 2017

Longdong, Febriana Martina.(2016). *Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Pada CV. Sinar Mandiri*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal Vol. 4 No. 1 Tahun 2016.

Mulyadi. (2016). *Akuntansi Biaya Edisi 5*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: PT. Remaja Rosdakarya.

Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*, Jakarta: Penerbit Salemba.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sumakul, Anggraeni Merry. 2019. *Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada CV. Verel Tri Putra Mandiri*. Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Riset Going Concern* 13(4) Tahun 2019.

Tim FE UIN MALIKI. 2017. *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*, Malang.

Witjaksono, A. 2013. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wusyang, Clarissa Christy. 2019. *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada UD. JJ Bakery*. Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Emba Vol. 7 No. 3* Tahun 2019.



LAMPIRAN



Lampiran 1. Daftar Wawancara

Wawancara Penelitian

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana sejarah berdirinya <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto Malang?	<i>Home Industry</i> Keramik Soeharto Malang ini termasuk <i>Home Industry</i> yang telah berdiri lama sejak tahun 1984 yang didirikan oleh Bapak Soeharto.
2.	Tipe model keramik yang seperti apa yang diinginkan oleh masyarakat?	Produk keramik yang diminati konsumen relatif beragam, seperti Mug bernuansa natural, Mangkok, Vas Bunga, Guci bernuansa klasik, sampai dengan Wadah untuk lilin aromaterapi.
3.	Adakah kendala yang dialami <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto Malang dalam menghadapi pesaing?	Kendala yang dialami <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto lebih ke desain produk yang sekarang ini makin beragam, sehingga Bapak Soeharto selalu melakukan inovasi dan selalu men gembangkan kreatifitas agar produknya tetap diminati oleh konsumen.
4.	Berapa harga jual pasar untuk keramik untuk souvenir?	Harga yang ditetapkan oleh <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto Malang cukup terbilang murah yakni mulai Rp. 12.000 – Rp. 25.000.
5.	Bahan baku apa saja yang digunakan dalam pembuatan keramik?	Bahan baku utama yang digunakan dalam pembuatan keramik di <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto terdiri dari Pasir Kuarsa, Kaolin, Clay dan Feldspar
6.	Bahan penolong apa saja	Bahan penolong yang digunakan untuk

	yang digunakan dalam pembuatan keramik?	pembuatan keramik berupa gas LPG 3kg, glasir, dan cat.
7.	Adakah bahan baku pengganti apabila bahan baku utama tidak tersedia?	Tidak ada bahan baku pengganti yang digunakan dalam pembuatan keramik di <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto ini, karena sumberdaya alam yang melimpah sehingga tidak akan mungkin terjadi kekurangan bahan baku.
8.	Berapa tenaga kerja yang dimiliki oleh <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto?	Saat ini <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto memiliki 4 orang karyawan yang masing-masing mempunyai tugas yang berbeda.
9.	Dari jam berapa karyawan <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto ini mulai beroperasi?	Setiap hari jam operasionalnya adalah 8 jam kerja yakni mulai jam 08.00 sampai jam 16.00, itu sudah terpotong dengan jam istirahat.
10.	Bagaimana sistem penggajian karyawan?	Penggajian dilakukan setiap bulan dengan memberikan gaji yang sama kepada seluruh karyawan tanpa memperhatikan sifat pekerjaan dan beratnya tanggungjawab karyawan.
11.	Produk apa saja yang dihasilkan oleh <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto?	Produk yang dihasilkan di <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto ini ada beberapa macam seperti Mug, Mangkok, Vas Bunga, Guci (25cm), sampai Wadah Aromaterapi.
12.	Bagaimana proses produksi yang dilakukan oleh <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto?	Proses produksi pertama-tama adalah dengan menyiapkan model keramik yang akan dicetak, kemudian mengelola bahan baku (<i>masse</i>) dengan

		<p>menggunakan Mixing Tank sampai bahan baku benar-benar rata, apabila sudah rata maka cetak dalam pola cetakan yang sudah disiapkan dan diberi bubuk kaolin agar gampang dikeluarkan dari cetakannya, setelah itu dijemur dibawah panas matahari sampai kering. Setelah dikeringkan, keramik dihaluskan dengan spons dan air sampai badan keramik benar-benar halus. Kemudian keramik tersebut disusun diatas rak dan dibakar dalam tungku pembakaran. Setelah dibakar, keramik diberi warna dasar yang disebut dengan glasir, setelah diberi warna keramik dilukis sesuai dengan kreatifitas pelukis dan keramik yang sudah siap langsung dikemas dan dipasarkan.</p>
13.	<p>Bagaimana perhitungan laba yang dilakukan di <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto?</p>	<p>Perhitungan laba yang dilakukan di <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto selama ini hanya berdasarkan pada jumlah biaya yang dikeluarkan dikurangi dengan pendapatan yang didapat.</p>
14.	<p>Berapa laba yang diharapkan <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto untuk setiap unit keramik?</p>	<p>Laba yang diharapkan oleh <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto sebesar 70%, namun sepertinya hingga saat ini belum mencapai target tersebut.</p>
	<p>Bagaimana perhitungan biaya</p>	<p>Bapak Soeharto jarang merinci satu</p>

	produksi di <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto?	persatu biaya, tapi biaya yang dikeluarkan oleh Bapak Soeharto untuk bahan baku sekitar Rp. 800.000 sampai Rp. 900 ribu setiap minggunya dan gaji karyawan Rp. 1.600.000 yang dikeluarkan setiap bulan.
15.	Selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja, apa ada beban yang harus dikeluarkan diluar biaya-biaya tersebut?	Ada, seperti biaya glasir dan cat setiap bulan Rp. 600.000, biaya listrik dan bahan bakar perbulan Rp. 1.200.000, biaya reparasi dan pemeliharaan perbulan Rp. 500.000 dan biaya kebersihan Rp. 100.000 setiap bulannya.
16.	Apa saja aset yang dimiliki oleh <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto untuk menunjang proses produksi?	Saat ini aset yang dimiliki <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto ada Mixing Tank untuk mencampur bahan, Tungku Bakar, Rak untuk keramik yang akan dan sudah dibakar serta Kereta Angkut agar memudahkan pemindahan keramik di tempat produksi ke tempat pengeringan.
17.	Dimana objek pemasaran produk yang dilakukan?	Hasil produksi <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto telah dipasarkan di toko pemilik yang berlokasi di Kampung Keramik Dinoyo, Malang serta melakukan pemasaran melalui media sosial seperti <i>website</i> dan <i>instagram</i> , dan <i>e-commerce</i> seperti bukalapak.
18.	Adakah promosi yang dilakukan secara rutin?	<i>Home Industry</i> Keramik Soeharto, Malang melakukan promosi ke

		berbagai kota dengan mengikuti acara pameran produk UMKM yang diselenggarakan pemerintah setiap tahunnya.
--	--	---

Sumber pertanyaan: Tiah Mukti Purwaningsari, 2015



Lampiran 2: Biodata Peneliti

BIODATA PENELITIAN

Nama Lengkap : Zuinaita Purna Linda
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tgl Lahir : Jombang, 10 Juli 1998
Agama : Islam
Alamat Asal : Jl. Apel X No. 56, Kolursari, Kec. Bangil, Kab. Pasuruan
Telepon/Hp : 083833687750
Email : zuinaitapurna26@gmail.com

Riwayat Pendidikan Formal

2003-2004 : TK Dharmawanita I Bangil
2004-2010 : SDN Kidul Dalem I Bangil
2010-2013 : SMPN 1 Bangil
2013-2016 : SMAN 1 Bangil
2016-2021 : Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik
Ibrahim Malang

Riwayat Pendidikan Non-Formal

2016-2017 : Ma'had Sunan Ampel Al-Aly (MSAA) UIN Maulana Malik
Ibrahim Malang
2016-2017 : Program Pengembangan Bahasa Arab (PPBA) UIN Maulana
Malik Ibrahim Malang
2017-2018 : English Language Center (ELC) UIN Maulana
Malik Ibrahim Malang
2019 : Internship at KPP Malang Utara

Lampiran 3: Bukti Konsultasi

BUKTI KONSULTASI

Nama : Zuinaita Purna Linda
NIM/Jurusan : 16520027/Akuntansi
Pembimbing : Hj. Yuliati, S.Sos., MSA
Judul Skripsi : Penerapan *Target Costing* Dalam Perencanaan Biaya
Produksi Untuk Meningkatkan Laba Pada *Home Industry*
Keramik Soeharto Malang

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	25 September 2020	Proposal BAB I-III Memperbaiki penulisan sesuai buku pedoman	1.
2.	14 Oktober 2020	Konsultasi BAB I-III	2.
3.	28 Oktober 2020	Konsultasi BAB I-III	3.
4.	02 Nopember 2020	Konsultasi BAB I-III	4.
5.	05 Nopember 2020	ACC Proposal Skripsi	5.
6.	13 Nopember 2020	Seminar Proposal	6.
7.	23 Nopember 2020	Revisi Proposal Skripsi	7.
8.	09 Maret 2021	Konsultasi BAB I-V	8.
9.	09 April 2021	Konsultasi BAB I-V	9.
10.	26 April 2021	Konsultasi BAB I-V	10.
11.	03 Mei 2021	Konsultasi BAB I-V	11.
12.	07 Mei 2021	ACC Skripsi	12.
13.	03 Juni 2021	Sidang Skripsi	13.
14.	15 Juni 2021	Revisi Penguji Skripsi	14.
15.	18 Juni 2021	ACC Penguji Skripsi	15.

Malang, 03 Juni 2021

Mengetahui,

Ketua Jurusan Akuntansi

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

NIP. 19720322 200801 2 005

