

SKRIPSI

PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL GUNA MENINGKATKAN LABA PADA MASA PANDEMI *COVID-19*

(Studi Pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi)



O l e h

MUHAMMAD TAUHID PRAWIRA

NIM: 17520034

JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**

2021

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM MENENTUKAN HARGA
JUAL GUNA MENINGKATKAN LABA PADA MASA PANDEMI
*COVID-19***

(Studi Pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

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



O l e h

MUHAMMAD TAUHID PRAWIRA

NIM: 17520034

JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN
PENERAPAN TARGET COSTING DALAM MENENTUKAN
HARGA JUAL GUNA MENINGKATKAN LABA PADA MASA
PANDEMI COVID-19

(Studi Pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi)

Oleh
MUHAMMAD TAUHID PRAWIRA
NIM : 17520034

Telah disetujui pada tanggal 09 November 2021

Dosen Pembimbing,



Yuliati, S.Sos.,MSA
NIP. 197307320 180201 2 184

Mengetahui,

Ketua Jurusan,


Yuniarti Bidayah Suryono Putra, SE.,M.Bus.,Ak.,CA.,Ph.D.,A
NIP. 197606172008012020

LEMBAR PENGESAHAN

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM MENENTUKAN HARGA
JUAL GUNA MENINGKATKAN LABA PADA MASA PANDEMI
*COVID-19***

(Studi Pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi)

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD TAUHID PRAWIRA

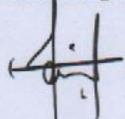
NIM : 17520034

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu
Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi
(S.Akun) Pada Selasa, 28 Desember 2021

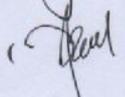
Susunan Dewan Penguji

1. Ketua Penguji
Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA.
NIP. 197707022006042001
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
Yuliati, S.Sos., MSA.
NIP. 19730703201802012184
3. Penguji Utama
Ulfi Kartika Oktaviana, SE., Ak., M.Ec.
NIP. 197610192008012011

Tanda Tangan

: 

: 

: 

Dipastikan Oleh :
Ketua Jurusan,



Yuniarti Hidayah Sugeng Putra, SE., M.Bus., Ak.CA., Ph.D. /
NIP. 19760617 200801 2 020

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Tauhid Prawira
NIM : 17520034
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

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

"PENERAPAN TARGET COSTING DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL GUNA MENINGKATKAN LABA PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi)"

adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**Duplikat**" dari karya orang lain. selanjutnya apabila dikemudian hari ada "**Klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 28 Desember 2021



Muhammad Tauhid Prawira
NIM 17520034

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini dipersembahkan untuk:

Keluarga tercinta:

Bapak H. Muhammad Hatta, M.MAR.E dan Ibu Suriani
(Terima kasih untuk kasih sayang, dukungan, motivasi, nasihat dan doa yang selalu dipanjatkan untuk anaknya tiada henti)

Dosen Pembimbing:

Ibu Yuliati, S.Sos.,MSA
(Terima kasih untuk ilmu, nasehat, motivasi, dukungan, dan doa yang selalu mengiringi)

Dosen-dosen:

(Terima kasih untuk ilmu dan motivasi-motivasi yang diberikan agar lebih maju serta kesabaran dalam menghadapi kami dalam proses belajar mengajar)

Sahabat:

Fahrul Fahlevi, Gojal, Nugi, Asmar, Agung, Fadli, Fadel, Wira, Faishal, Ajid, Daus, Iqbal, Fuady, Ikrom, Issang, Mulyadi, Dewi, Della, Namira, Dilla, Gading, Sakay, Lail, Rifa, Fina, Arroy, Awi, Izzah, Afton, dan Yusril
(Terima kasih untuk dukungan dan kebersamaan kalian serta candaan yang bisa membuat saya tertawa dan terimakasih atas rasa kekeluargaan yang telah kalian berikan)

Teman-teman:

IAPIM 17, IAPIM Malang, Marvelous Accounting 2017, PMII Genta 2017, HMJ Akuntansi UIN Malang, SEMA-U Fakultas Ekonomi, dan Elsevt-117
(Terima kasih untuk kebersamaan, kebaikan dan pengalaman yang telah dilalui Bersama)

MOTTO

“Tabah, sabar, dan berbakti kepada kedua orang tua agar kamu sukses”

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Penerapan *Target Costing* Dalam Menentukan Harga Jual Guna Meningkatkan Laba Pada Masa Pandemi *Covid-19* (Studi Pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi)”.

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 pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Zuraidah, SE., MSA., CSRS. selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan selama menjadi mahasiswa akuntansi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Ibu Yuliati, S.Sos., MSA selaku dosen pembimbing skripsi.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Kedua Orang tua saya Muhammad Hatta, M.MAR.E dan Suriani yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat, motivasi, serta dukungan yang tak pernah putus.

8. Terima kasih kepada saudari perempuan saya Resky parawita dan Ayu Islamianti, saudara laki-laki saya Prian Juliandi dan adik saya Muhammad Tri Ananta dan Abdul Halim serta keluarga besar, terimakasih atas doa dan dukungan selama ini.
9. Sahabat saya Fahrul Fahlevi, Gojal, Nugli, Asmar, Agung, Fadli, Fadel, Wira, Faishal, Ajid, Daus, Iqbal, Fuady, Ikrom, Issang, Mulyadi, Dewi, Della, Namira, Dilla, Gading, Sakay, Lail, Awi, Izzah, Afton, Yusril, Rifa, Fina, Arroy, Iapim 17, Iapim Malang, dan motor saya dewi si nafas tua. Serta Ibu Nadrah selaku pemilik UMKM Nasi Kuning Nyamanna. Terima kasih atas dukungan dan kebersamaan kalian serta candaan yang bisa membuat saya tertawa dan terimakasih atas rasa kekeluargaan yang telah kalian berikan.
10. Teman-teman Akuntansi dan PMII angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan terimakasih atas kenangan yang sangat berkesan selama empat tahun ini.
11. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

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 ‘Alamiin.

Malang, 28 Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Secara Teoritis.	7
1.4.2. Manfaat Secara Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2. Kajian Teoritis.....	13
2.2.1. Pengertian Biaya.....	13
2.2.2. Pengklasifikasian Biaya	14
2.2.3. Penetapan Harga Jual.....	17
2.2.3.1. Pengertian Penetapan Harga Jual.....	17
2.2.3.2. Tujuan Penetapan Harga	18
2.2.3.3. Metode Penetapan Harga.....	20
2.2.4. <i>Target Costing</i>	21

2.2.4.1. Prinsip <i>Target Costing</i>	22
2.2.4.2 Karakteristik <i>Target Costing</i>	24
2.2.4.2. Kelebihan <i>Target Costing</i>	24
2.2.4.3. Peranan Perhitungan <i>Target Costing</i>	24
2.2.4.4. Implementasi <i>Target Costing</i>	25
2.2.5. Laba	28
2.2.6. Integrasi Islam	28
2.3. Kerangka Berfikir	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	31
3.2. Lokasi dan Objek Penelitian	31
3.3. Subjek Penelitian	32
3.4. Data dan Jenis Data	32
3.4.1. Data Primer.....	32
3.4.2. Data Sekunder	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5.1. Observasi.....	33
3.5.2. Wawancara.....	33
3.5.3. Dokumentasi.....	33
3.6. Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	36
4.1.1 Sejarah Perusahaan	36
4.1.2 Produk UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi	38
4.1.3 Ruang Lingkup Pemasaran Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi	39
4.1.4 Bahan Baku Langsung	39
4.1.5 Tenaga Kerja	40
4.1.6 Biaya <i>Overhead</i>	40
4.1.7 Proses Produksi Nasi Kuning Nyamanna.....	42
4.1.7.1. Tahap Pertama	43
4.1.7.2. Tahap Kedua.....	43
4.1.7.3. Tahap Akhir.....	44
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	45

4.2.1. Rincian Biaya Produksi Nasi Kuning Nyamanna.....	45
4.2.1.1. Biaya Bahan Baku Langsung	45
4.2.1.2. Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	46
4.2.1.3. Biaya Overhead Pabrik.....	47
4.2.2 Perhitungan Biaya Produksi UMKM Nasi Kuning Nyamanna Menggunakan Metode Tradisional	49
4.2.3.1. Analisa Harga Pasar	51
4.2.3.2. Target Laba.....	52
4.2.3.3. Menentukan Target Biaya (<i>Target Costing</i>).....	53
4.2.3.4. Melakukan Rekayasa Nilai.....	54
BAB V PENUTUP	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4.1 Daftar Harga Nasi Kuning Nyamanna.....	40
Tabel 4.2 Tenaga Kerja.....	41
Tabel 4.3 Daftar Bahan Penolong Nasi Kuning Nyamanna.....	42
Tabel 4.4 Daftar Bahan Kemasan Nasi Kuning Nyamanna.....	43
Tabel 4.5 Daftar Biaya Bahan Baku Langsung.....	47
Tabel 4.6 Daftar Biaya Tenaga Kerja Langsung per hari.....	48
Tabel 4.7 Daftar Biaya Bahan Penolong per hari.....	48
Tabel 4.8 Daftar Biaya Kemasan.....	50
Tabel 4.9 Daftar Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	50
Tabel 4.10 Biaya Produksi UMKM Nasi Kuning Nyamanna Dengan Metode Tradisional.....	51
Tabel 4.11 Laporan Laba Rugi Sebelum <i>Target Costing</i>	51
Tabel 4.12 Harga Nasi Kuning Pesaing dan Harga Nasi Kuning Nyamanna.....	53
Tabel 4.13 Biaya Bahan Baku Langsung Setelah Rekayasa Nilai.....	57
Tabel 4.14 Biaya Bahan Baku Langsung Sebelum dan Sesudah Rekayasa Nilai...	57
Tabel 4.15 Biaya Bahan Penolong Setelah Rekayasa Nilai.....	58
Tabel 4.16 Biaya Kemasan Setelah Rekayasa Nilai.....	59
Tabel 4.17 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Setelah Rekayasa Nilai.....	59
Tabel 4.18 Biaya <i>Overhead</i> Sebelum dan Sesudah Rekayasa Nilai.....	60
Tabel 4.19 Biaya Produksi Setelah Rekayasa Nilai.....	60
Tabel 4.20 Selisih Biaya Produksi Antara Metode Tradisional dengan <i>Target Costing</i>	61
Tabel 4.21 Perbandingan Laporan Laba Rugi Sebelum dan Sesudah <i>Target Costing</i>	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 4.1 Proses Produksi NasiKuning Nyamanna.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil Wawancara
- Lampiran 2 : Data Yang Diperoleh
- Lampiran 3 : Observasi
- Lampiran 4 : Bukti Konsultasi
- Lampiran 5 : Biodata

ABSTRAK

Tauhid, Muhammad. 2021, SKRIPSI. Judul: “Penerapan *Target Costing* Dalam Menentukan Harga Jual Guna Meningkatkan Laba Pada Masa Pandemi *Covid-19* (Studi Pada Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi)”

Pembimbing : Yuliati, S.Sos., MSA

Kata Kunci : *target costing, covid-19, value engineering*

Target Costing adalah sistem penentuan harga pokok produksi yang sesuai dengan yang diinginkan sebagai dasar penetapan harga jual produk dan memperoleh laba sesuai target perusahaan. *Target Costing* merupakan metode pengendalian biaya dengan melakukan pengurangan biaya produksi. Tujuan dari penelitian ini, untuk menghitung ulang biaya produksi untuk meningkatkan laba pada masa pandemi covid-19.

Jenis penelitian yang digunakan merupakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif menggunakan data primer dan sekunder. Objek dari penelitian ini adalah UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi. Adapun analisis data mencakup antara lain analisis proses produksi, analisis harga jual yang berlaku saat ini dan menerapkan target costing dengan menentukan harga jual kompetitif, menentukan target laba, menentukan target biaya dan rekayasa nilai.

Hasil penelitian pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi dengan menerapkan metode *target costing* melalui rekayasa nilai (*value engineering*) pada beberapa bahan baku yaitu, beras merek lahap dengan harga Rp. 55.000 di ganti dengan merek yang sama dari supplier berbeda seharga Rp. 53.000, ayam potong yang sebelumnya Rp. 34.000 diganti dari supplier lain seharga Rp. 30.000 dan telur, semula harga Rp. 18.000 menjadi Rp. 17.000. Dari hal tersebut, terdapat efisiensi biaya produksi yang awalnya mencapai Rp. 1.050.500 menjadi Rp. 955.000. Dengan demikian, laba yang diperoleh setelah menerapkan target costing mencapai 57% yang sebelumnya hanya memperoleh 42%.

ABSTRACT

Tauhid, Muhammad. 2021, THESIS. Title: "Application of Target Costing in Determining Selling Prices to Increase Profits During the Covid-19 Pandemic (Study on Nasi Kuning Nyamanna, Typical of Sulawesi)"

Supervisor : Yuliati, S.Sos., MSA

Keywords : target costing, covid-19, value engineering

Target Costing is a system of determining the cost of production in accordance with what is desired as the basis for determining the selling price of the product and earning a profit according to the company's target. Target Costing is a method of controlling costs by reducing production costs. The purpose of this research is to recalculate production costs to increase profits during the covid-19 pandemic.

The type of research used is qualitative with a descriptive approach using primary and secondary data. The object of this research is the UMKM Nasi Kuning Nyamanna Typical of Sulawesi. The data analysis includes, among others, analysis of the production process, analysis of the current selling price and applying target costing by determining competitive selling prices, determining profit targets, determining cost targets and value engineering.

The results of the research on the Nasi Kuning Nyamanna typical of Sulawesi SMEs by applying the target costing method through value engineering on several raw materials, namely, voracious brand rice at a price of Rp. 55,000 replaced with the same brand from a different supplier for Rp. 53,000, chicken pieces previously Rp. 34,000 were replaced from other suppliers for Rp. 30,000 and eggs, the original price was Rp. 18,000 to Rp. 17,000. From this, there is an efficiency of production costs which initially reached Rp. 1,050,500 to Rp. 955,000. Thus, the profit obtained after implementing target costing reached 57%, which previously only obtained 42%.

مستخلص البحث

س . أطروحة ٢٠٢١ ، محمد ، التوحيد

إيه إس إم ، سوس إس ، يولياني :المشرف

القيمة هندسة ، ١٩ - كوفيد ، المستهدفة التكلفة :المفتاحية الكلمات

هدف *costing* هو نظام تحديد تكلفة الإنتاج الأساسية وفقا لما نرغب فيها، أساسا تحديد سعر التاج ونيل الربح كما يريده هدف الشركة. هدف *costing* منهج إشراف التكلفة، بطريقة ترخيص تكلفة الإنتاج. هدف هذا البحث، هو إعادة حساب تكلفة الإنتاج لتطور الربح في جائحة كوفيد ١٩. نوع البحث المستخدم هو البحث الكيفي بمقاربة الوصفي ويستخدم الباحث البيانات الأساسية والثانوية. موضوع هذا البحث هو UMKM (العمل الصغير والمتوسط) "الرز الأصفر *nyamanna* الخاص من سولاوسي". أما تحليل البيانات يحتوي على تحليل عملية الإنتاج و تحليل السعر المستعمل/السائد الآن، وتطبيق هدف *costing* بتحديد السعر التنافسي وتحديد هدف الربح وهدف تكلفته وهندسة القيمة.

نتائج البحث يُحلَّلُ فيها UMKM "الرز الأصفر *nyamanna* الخاص من سولاوسي"، بتطبيق هدف *costing* بطريقة هندسة القيمة لبعض المواد الأولية/الخام، وهي الرز بماركة لاهاب وسعره ٥٥.٠٠٠ روبية بدّل بنفس الماركة من الوكيل المختلف سعره ٥٣.٠٠٠ روبية، وسعر الدجاجة السابق ٣٤.٠٠٠ روبية تم تبديل وكيلها بسعرها ٣٠.٠٠٠ روبية، وسعر البيضة السابق ١٨.٠٠٠ روبية قد انخط الآن إلى ١٧.٠٠٠ روبية. من ذلك ما قدم الباحث، فبإمكانه الإستنتاج أن هناك فعالية تكاليف الإنتاج التي وصلت بدايةً إلى ١.٠٥٠.٠٠٠، قد انخط الآن إلى ٩٥٥.٠٠٠. وبذلك، الربح المكتسب بعد تطبيق هدف *costing* قد وصل إلى ٥٧% الذي كان وصل في البداية إلى ٤٢%.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha yang memiliki peran besar dalam perekonomian Indonesia. Dimana pada masa krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997-1998 UMKM dapat mempertahankan eksistensinya dibandingkan dengan unit usaha besar yang banyak mengalami kebangkrutan. Menurut Gunartin (2017) UMKM merupakan unit usaha terbesar dalam perekonomian Indonesia dan menjadi pengaman perekonomian nasional dalam menghadapi masa krisis dan menjadi penggerak perekonomian setelah krisis ekonomi. Berdasarkan data dari Kemenkop UKM yang dikutip dalam kemenkeu.go.id menyatakan bahwa, pada bulan Maret 2021 jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta.

Pada masa pandemi *covid-19* yang dihadapi saat ini, sangat berbeda dengan krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997-1998, dimana banyak sektor usaha yang terdampak secara langsung baik unit usaha berskala besar maupun unit usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Bank Indonesia yang dikutip dalam bisnis.com menyatakan bahwa 87,5 persen UMKM terdampak *pandemi covid-19*. Dari jumlah ini, sekitar 93,2 persen diantaranya terdampak negatif di sisi penjualan. Sedangkan menurut Kemenkop UKM terdapat 37.000 UMKM telah melaporkan bahwa mereka telah terdampak pandemi yang cukup serius, dimana terjadi penurunan penjualan sebesar 56%, permasalahan terhadap aspek pembiayaan sebesar 22%, permasalahan terhadap aspek distribusi barang sebesar

15% dan 4% melaporkan bahwa mengalami kesulitan dalam memenuhi bahan baku mentah (Crismawan, Buyung. A, 2020).

Pada masa pandemi harga bahan baku untuk produksi mengalami kenaikan sehingga terjadi perubahan pada harga jual produk yang semakin mahal. Hal ini menyebabkan penurunan daya beli konsumen. Rata-rata konsumen menginginkan produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau. Sedangkan UMKM dihadapkan dengan masalah bahan baku yang mengalami kenaikan untuk proses produksi dan disisi lain UMKM ingin memperoleh laba sesuai targetnya. Sehingga terjadi masalah dalam penentuan harga jual produk yang harus menyesuaikan dengan harga pesaing dan daya beli konsumen.

Penetapan harga jual produk bukanlah suatu hal yang mudah, dimana penetapannya memerlukan analisis pasar, analisis pesaing, dan analisis produksi. menurut Rudianto (2013) dalam menetapkan harga jual produk, ada beberapa hal yang harus diperhatikan diantaranya adalah perusahaan harus menerapkan kebijakan-kebijakan yang telah terintegrasi mulai dari biaya produksi, biaya operasi, target laba yang ingin diperoleh oleh perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, elastisitas harga produk, kondisi perokonomian secara umum, dan sebagainya. Penentuan harga yang bijak dari perusahaan akan berpengaruh besar terhadap keberhasilan mencapai tujuan perusahaan.

Penetapan harga jual yang tinggi dapat mengakibatkan penurunan daya beli konsumen terhadap produk, sehingga perusahaan mengalami penurunan pendapatan perusahaan. Jika harga produk terlalu rendah, maka perusahaan tidak mendapatkan laba sesuai yang direncanakan. Untuk mencapai hal tersebut,

perusahaan harus memiliki strategi atau metode dalam menentukan harga jual. Sehingga harga jual produk yang ditargetkan sesuai dengan daya beli konsumen. Perhitungan biaya berdasarkan target yang digunakan perusahaan, harus menurunkan biaya produk dengan ketat, merancang ulang produk atau proses produksi agar tetap mengikuti harga pasar yang kompetitif dan memperoleh laba (Blocher, 2011:21). Metode perhitungan biaya dan menetapkan harga jual sangatlah banyak, salah satunya adalah penetapan harga menggunakan metode *target costing*.

Target Costing adalah metode perencanaan laba dan pengelolaan biaya untuk menghasilkan suatu produk dengan pertimbangan proses produksi. Menurut Mulyadi (2014) *target costing* adalah suatu metode penentuan biaya produk yang didasarkan atas harga (*target pricing*) yang di perkirakan dapat diterima oleh konsumen. Sedangkan menurut Mahsunah & Hariayati (2021) dalam jurnalnya *target costing* adalah metode perencanaan, pengelolaan, dan penurunan biaya, dimana biaya di rencanakan dan dikelola pada tahap desain dan pengembangan produk. *Target costing* ini dapat dilakukan dengan cara rekayasa nilai (*value engineering*) yaitu memodifikasi suatu produk yang di tawarkan perusahaan untuk memperoleh biaya yang rendah dengan memberikan kualitas produk yang tinggi kepada konsumen. Hal pertama yang perlu dilakukan perusahaan adalah menetapkan biaya produk dengan pertimbangan harga pasar pada umumnya, menentukan target laba, dan menentukan harga jual produk kepada konsumen (Rudianto, 2013:145). Untuk mencapai target laba yang diharapkan perusahaan, penghematan dan rekayasa nilai pada biaya produksi produk adalah pilihan yang

harus dilakukan untuk mencapai target biaya produksi produk untuk menetapkan harga jual produk yang dapat bersaing dengan pesaing.

Melakukan efisiensi biaya produksi produk dapat dijadikan sebagai pencapaian *target costing*. Metode *target costing* menjadikan perusahaan lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan yang ketat apalagi di masa pandemi *covid-19* seperti sekarang ini. Penentuan harga jual produk yang tepat akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih produk yang akan di konsumsinya. Perbedaan kecilpun pada suatu produk sama dari kompetitor yang berbeda dapat mengubah pilihan konsumen. Rudianto (2013) menyatakan bahwa target biaya yang ditetapkan dengan pertimbangan berbagai hal yang dianggap relevan dengan kondisi perusahaan yang dihadapinya, seperti harga jual pesaing, daya beli konsumen, keadaan perekonomian secara umum, tingkat inflasi, nilai tukar rupiah, dan sebagainya. Dengan pertimbangan ini, perusahaan harus menentukan biaya produksi produk yang tepat.

Beberapa peneliti yang pernah melakukan penelitian menggunakan analisis *target costing*, Muliah dkk (2020) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa penerapan *target costing* pada UD. Bahma Indah Kab. Pinrang dapat mengurangi biaya produksi sehingga perusahaan memperoleh laba yang maksimal. Dalam penelitian Clarisa & Rudy (2019) menyatakan bahwa penerapan *target costing* pada UD. JJ Bakery mengalami efisiensi pada biaya produksinya dengan menggunakan *value engineering* atau rekayasa nilai.

Kholidah (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *target costing* dapat digunakan sebagai penentuan harga jual perumahan dengan mempertimbangkan harga pasar, pesaing, dan daya beli masyarakat sekitar.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah di paparkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *target costing*. Peneliti memilih UMKM Nasi Kuning Nyamanna sebagai objek penelitian. UMKM Nasi Kuning Nyamanna adalah usaha yang memiliki rasa yang khas. Dimana produk yang ditawarkan ke konsumen lebih mencolokkan rasa rempah-rempah pada bumbunya, sehingga rasa yang keluar dari nasinya lebih gurih dan lauknya diberikan bumbu yang pedas. Untuk lauknya lebih condong ke suir ikan dan ayam palekko. Ayam palekko adalah ayam yang dipotong kecil-kecil dan dibumbui dengan bumbu yang pedas.

Metode *target costing* ini dapat di terapkan di beberapa bidang usaha yang dijalankan suatu perusahaan untuk meningkatkan laba dan penentuan harga jual yang tepat. UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi adalah salah satu UMKM dapat menerapkan *target costing*.

Pada masa pandemi *covid-19*, UMKM ini mengalami penurunan dalam penjualannya, sehingga pendapatan dan laba yang dapat diserap oleh UMKM ini menurun.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Nadrah pada tanggal 10 November 2021.

“sebelum masa pandemi biasanya memperoleh laba perhari itu sekitar enam ratus ribu rupiah, mungkin sekararang karena masa pandemi jadi penjualan menurun”

Biasanya sebelum pandemi *covid-19* mahasiswa yang masih berada di Malang menjadi target penjualannya, sehingga penjualannya masih stabil. Saat ini

penjualan menurun karena adanya pemberlakuan dari pemerintah mengenai pembatasan kegiatan masyarakat di setiap daerah di Indonesia yang dikenal dengan nama PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). UMKM ini salah satu yang terdampak secara signifikan dari pandemi *covid-19*. Disamping itu, UMKM ini dalam menghitung biaya produksinya masih menggunakan metode tradisional sehingga menentukan harga jual produknya masih disesuaikan dengan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi produknya dan menjadikan harga pesaing sebagai patokan dalam menentukan harga jual produk.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan Bersama Ibu Nadrah pada tanggal 10 November 2021 yaitu:

“Jadi kami menggunakan pencatatan semi tradisional, jadi perhitungannya sudah rinci dengan menentukan hpp dan keuntungannya, cuman pencatatan ini belum sempurna”

Dengan demikian, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul.

“Penerapan *Target Costing* Untuk Menentukan Harga Jual Guna Meningkatkan Laba Pada Masa Pandemi *Covid-19* (Studi Pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi).

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, dapat ditarik rumusan masalah, antara lain:

Bagaimana penerapan metode *target costing* dalam menentukan harga jual dan meningkatkan laba pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi pada masa pandemi *covid-19*?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penerapan metode *target costing* dapat digunakan untuk menentukan harga jual dan meningkatkan laba pada masa pandemi *covid-19*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Secara Teoritis.

Di harapkan pada penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu kepada penulis dan pembaca mengenai mata kuliah Akuntansi Manajemen terkhusus metode *Target Costing*.

1.4.2. Manfaat Secara Praktis

a. Manfaat bagi perusahaan

Memberikan sumbangsi berupa pemikiran dan perhitungan biaya-biaya yang tepat untuk memperoleh laba maksimal sesuai target dan menentukan harga jual yang sesuai diharapkan konsumen.

b. Manfaat bagi akedemik

Memberikan masukan berupa karya tulis yang dapat digunakan untuk peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi.

c. Manfaat bagi penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis untuk meningkatkan kualitas ilmunya dan dapat mengaplikasikan ilmu yang didapatkan selama kuliah dan dalam penelitian ini untuk masa depan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu mengenai penerapan metode *target costing* yang diterapkan pada perusahaan-perusahaan di Indonesia telah banyak yang melakukannya. Hasil penelitian Linda (2021) menyatakan bahwa penerapan *target costing* pada Home Industri Keramik Soeharto Malang dapat di terapkan sebagai dasar untuk menetapkan biaya produksi yang lebih efisien, serta upaya alternatif yang baik untuk memaksimalkan laba yang ditargetkan oleh perusahaan dengan cara menekan pemborosan biaya-biaya selama proses desain produk. Dimana perbedaan jumlah total biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan setelah dan sebelum menggunakan *target costing* adalah biaya Mug sebelum penerapan *target costing* sebesar Rp. 4.200, 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 menjadi Rp. 4.500, dan untuk pembuatan Guci (25cm) memerlukan biaya sebesar Rp. 8.200 menjadi Rp. 7.500. Dari data diatas, penerapan *target costing* pada Home Industri Keramik Soeharto Malang memperoleh laba sebesar 70% yang dimana sebelum penerapannya hanya mendapatkan margin laba sebesar 64-67%.

Muliah dkk (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa penerapan *target costing* pada UD Bahma Indah menunjukkan penghematan biaya produksi sebesar 4%-6% dari biaya sebelum menggunakan *target costing*. Dari penghematan

produksi tersebut, perusahaan mengalami kenaikan laba sebesar 15,14% uang dimana sebelum penerapan *target costing* perusahaan hanya memperoleh laba sebesar 12%.

Clarisa & Rudy (2019), menyatakan dalam penelitiannya mengenai penerapan *target costing* pada UD. JJ Bakery bahwa, penerapan *target costing* terdapat efisiensi Ketika perusahaan sebelum menggunakan *target costing* dan setelah di terapkan. Dimana sebelum menerapkan *target costing* laba kotor yang dihasilkan sebesar Rp. 230.128.704 dan setelah menerapkan metode *target costing* laba kotor perusahaan meningkat sebesar Rp. 234.601.536. jadi, selisih peningkatan laba kotor sebesar Rp. 4.472.832.

Kholidah (2017) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Penetapan Harga Jual Berbasis *Target Costing* Dalam Pengembangan Produk Pada PT. Duta Palladium Development Gresik menyatakan bahwa *target costing* dapat digunakan sebagai penentuan harga jual perumahan dengan mempertimbangkan harga pasar, pesaing, dan daya beli masyarakat sekitar. Objek dari penelitian ini adalah perumahan D'Ma'wa Bukit Sekapuk Gresik rumah type 36/72 dan rumah type 45/84. Dimana peneliti melakukan rekayasa nilai dengan mengganti bahan bangunan dengan merk atau bahan yang lebih murah, seperti penggunaan pasir yang sebelumnya menggunakan pasir pasang kediri sebesar Rp. 1.400.000 per truk menjadi pasir lokal yang harganya sebesar Rp. 1.000.000 per truk. Dengan melakukan rekayasa nilai ini, biaya produksi untuk rumah type 36/72 sebelum *target costing* sebesar Rp. 142.593.056 menjadi Rp. 139.408.056 dan type 45/84 adalah Rp. 169.928.432 menjadi Rp. 168.310.932. sehingga memperoleh harga jual

rumah type 36 sebesar Rp.250.000.000 dari Rp.264.600.000, dan rumah type 45 Rp. 315.000.000 dari harga Rp. 318.100.000.

Rukmi & Rizal (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa setelah menggunakan *target costing* pada CV. Hoki *Production* biaya produksi menjadi lebih efisien serta laba yang di peroleh sesuai dengan target perusahaan. Biaya produksi untuk membuat produk kaos oblong bahan katun *combed* membutuhkan biaya sebesar Rp. 69.972.000 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 67.673.600, untuk membuat produk kaos oblong *polyester* membutuhkan Rp. 18.143.000 menjadi Rp. 16.426.600, untuk membuat produk kemeja membutuhkan biaya sebesar Rp. 32.419.500 menjadi Rp. 31.757.600, untuk membuat produk jaket membutuhkan biaya sebesar Rp. 4.557.000 menjadi Rp. 4.295.550.

Tabel 2.1

Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Tahun	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Pada <i>Home Industry</i> Keramik Soeharto Malang	Zuinaita Purna Linda	2021	Kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Penerapan <i>target costing</i> dalam biaya produksinya dapat memperoleh penghematan biaya sebesar 15% dan laba yang diperoleh setelah penerapan <i>target costing</i> meningkat sebesar 70% yang semula hanya meperoleh laba sebesar 64%-67%.

No	Judul	Peneliti	Tahun	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
2.	Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba (Studi Kasus Pada UD. Bahma Kab. Pinrang)	Musdah Muliah, Basri Modding, dan Muhammad Su'un	2020	Kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Penerapan <i>target costing</i> pada UD Bahma menunjukkan penghematan biaya produksi sebesar 4%-6% dari biaya sebelum menggunakan <i>target costing</i> . Dari penghematan tersebut perusahaan memperoleh laba sebesar 15,14% dimana sebelumnya hanya memperoleh laba sebesar 12%
3.	Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada UD. JJ Bakery	Clarissa Chrysty dan Rudy J Pusung	2019	Deskriptif Kualitatif	Setelah penerapan <i>target costing</i> terdapat efisiensi biaya produksi yang dapat menghasilkan laba kotor sebesar Rp. 234.601.536 yang sebelumnya hanya memperoleh laba kotor sebesar Rp. 230.128.704.

No	Judul	Peneliti	Tahun	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
4.	Analisis Penetapan Harga Jual Berbasis <i>Target Costing</i> Dalam Pengembangan Produk Pada PT. Pallandium Devolepment Gresik	Azya Dianatul Kholidah	2017	Kualitatif deskriptif	Dalam penelitian ini, peneliti melakukan rekayasa nilai melalui <i>target costing</i> dan memperoleh penurunan biaya produksi sebesar 12% dari biaya produksi sebelumnya. menentukan harga jual setelah menerapkan <i>target costing</i> untuk rumah type 36/72 Rp. 250.000.000 dan type 45/84 Rp. 315.000.000
5.	Penerapan Target Costing Dalam Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Produk	Rukmi Juwita dan Muhammad Rizal Satria	2017	Kualitatif Deskriptif	Setelah menggunakan <i>target costing</i> terdapat efisiensi biaya produksi dan memperoleh laba sesuai dengan target yaitu Rp. 5.000.000-Rp. 13.000.000

Berdasarkan penelitian terdahulu pada tabel diatas, terdapat beberapa perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang. Persamaan dari lima penelitian terdahulu adalah membahas *target costing* sebagai metode dalam menganalisa penelitian, memiliki tujuan sama yaitu meningkatkan laba perusahaan,

perhitungan biaya produksi, menentukan harga jual, dan metode penelitian yang akan dilakukan adalah kualitatif deskriptif. Adapun perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah lokasi penelitian dan objek penelitiannya. Dimana penelitian terdahulu dilakukan pada usaha Kayu, Konveksi Baju, produksi Keramik Soeharto, Roti, dan konstruksi. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi yang merupakan rumah usaha untuk memproduksi makanan berat yang mengalami penurunan laba selama pandemi *covid-19*. Adapun lokasi UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi berada di Perumahan Bukit Cemara Tujuh Blok 3 Kavling 83, Malang. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di UMKM ini untuk menerapkan *target costing* dalam menentukan harga jual dan meningkatkan laba pada masa pandemi *covid-19*.

2.2. Kajian Teoritis

2.2.1. Pengertian Biaya

Biaya atau *cost* adalah pemanfaatan suatu sumber daya untuk menghasilkan suatu produk yang di ukur dengan mengeluarkan sejumlah uang atau dibayarkan, baik yang sudah terjadi ataupun yang belum terjadi. Biaya biasa dianggap sebagai sumber daya yang dilepaskan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, (Bustami dan Nurlela: 2013: 7).

Prawironegoro dan Purwanti (2009: 19) menyatakan bahwa biaya adalah kas yang dikeluarkan untuk memproduksi atau mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan akan memperoleh manfaat dan laba dimasa mendatang. Sedangkan

menurut Mursyidi (2010: 14) biaya adalah suatu pengorbanan yang bisa mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang bisa dibebankan pada saat ini atau pada saat yang akan datang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pemanfaatan sumber daya untuk menghasilkan suatu barang atau jasa dengan mengeluarkan sejumlah uang baik yang terjadi saat ini maupun mendatang.

2.2.2. Pengklasifikasian Biaya

Menurut mulyadi (2015) biaya bertujuan untuk menyajikan informasi yang akan digunakan untuk beberapa tujuan seperti penentuan harga pokok, pengendalian biaya, dan pengambilan keputusan. Maka dari itu, diperlukan pengklasifikasian biaya untuk disesuaikan dengan tujuan informasi biaya yang disajikan. adapun klasifikasi biaya menjadi beberapa bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Objek pengeluaran adalah dasar dalam penggolongan biaya. Contoh nama objek pengeluaran adalah biaya oprasional, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan biaya oprasional dinyatakan sebagai biaya oprasional.

2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, terdapat biaya yang dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu:

- a. Biaya Bahan Baku, merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku guna menghasilkan suatu produk tertentu. Contoh, kayu, kain, dan kaca.

- b. Biaya Tenaga Kerja Langsung, merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membayar pekerja yang terlibat secara langsung dalam kegiatan produksi. Contoh, pegawai bagian produksi, manager produksi.
 - c. Biaya Overhead, merupakan biaya-biaya yang tidak termasuk dalam bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung akan tetapi dibutuhkan dalam proses produksi.
 - a) Biaya bahan penolong atau bahan tidak langsung, merupakan bahan tambahan yang dibutuhkan dalam proses produksi. Contoh, lem, paku dan pembersih kaca.
 - b) Biaya tenaga kerja penolong atau biaya tenaga kerja tidak langsung merupakan pekerja yang dibutuhkan dalam proses produksi, namun tidak terlibat langsung dengan proses produksi. Contoh, petugas keamanan dan pengawas pabrik.
 - c) Biaya *Overhead* lain merupakan biaya tambahan yang dibutuhkan untuk proses produksi namun tidak termasuk pada biaya bahan penolong dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Contoh, sewa Gedung, tanah, dan utilitas pabrik.
 - d. Biaya pemasaran adalah biaya keseluruhan yang digunakan untuk menampung seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam mendistribusikan produknya sampai ke konsumen.
 - e. Biaya administrasi dan umum adalah biaya keseluruhan yang terjadi dalam kegiatan operasional kantor.
3. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan suatu yang dibiayai

- a. Biaya langsung (*direct cost*), adalah biaya yang dikeluarkan karena adanya sesuatu yang telah dibiayai.
 - b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*), adalah biaya yang terjadi tidak disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.
4. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan. Biaya dibagi menjadi empat golongan, yaitu:
- a. Biaya variabel adalah biaya dengan jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
 - b. Biaya semi variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau biaya yang mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.
 - c. Biaya semi tetap adalah biaya tetap yang tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dalam jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.
 - d. Biaya tetap adalah biaya tetap dengan jumlah totalnya dalam kisaran volume kegiatan.
5. Penggolongan biaya menurut jangka waktu manfaatnya
- a. Pengeluaran modal adalah biaya yang memiliki manfaat ekonomis melebihi satu periode akuntansi.
 - b. Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang mempunyai manfaat ekonomis dalam periode akuntansi, dimana pengeluarannya terjadi dalam periode tersebut.

2.2.3. Penetapan Harga Jual

2.2.3.1. Pengertian Penetapan Harga Jual

Menentukan harga jual adalah persoalan yang rumit dihadapi manajemen perusahaan. Penetapan harga jual produk sangat berpengaruh pada tingkat keberhasilan suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Penetapan harga jual produk harus mempertimbangkan beberapa aspek yang terintegrasi. Menurut Rudianto (2013:127) penentuan harga harus di mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan suatu perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian secara umum, elastisitas harga produk dan sebagainya.

Allah SWT pernah berfirman dalam Al-Qur'an dalam Surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

تَقْتُلُوا وَلَا مِّنْكُمْ تَرَاضٍ عَن تِجَارَةٍ تَكُونُ أَنَّ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا

رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ أَنْفُسَكُمْ

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang tidak benar (batil), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa’:29).

Maksud dari ayat ini adalah dalam menentukan harga jual suatu produk itu harus dipertimbangkan secara matang dan adil. Karena produk yang akan diedarkan

secara meluas, maka perlu menetapkan harga yang tidak merugikan antara penjual dan pembeli.

2.2.3.2. Tujuan Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Keller (2009: 76) dalam menetapkan harga terdapat lima tujuan yaitu:

1. Kemampuan Bertahan

Perusahaan harus memiliki kemampuan bertahan yang baik agar dapat mengantisipasi apabila terjadi kelebihan kapasitas, persaingan ketat, atau keinginan konsumen yang berubah. Kemampuan bertahan adalah tujuan jangka pendek dan jangka Panjang untuk membantu perusahaan menghadapi kepunahan dengan cara menambah nilai.

2. Memaksimalkan laba saat ini

Perusahaan memperkirakan permintaan dan biaya yang berasosiasi dengan harga alternatif dan menetapkan harga untuk menghasilkan laba saat ini. Strategi ini mengasumsikan perusahaan mempunyai pengetahuan atas fungsi biaya dan permintaan, akan tetapi fungsi ini sulit diperkirakan. Menekan kinerja saat ini, kemungkinan perusahaan akan mengorbankan kinerja jangka panjangnya dengan mengabaikan pengaruh atas variabel baruan pemasaran, batasan hukum pada harga, dan reaksi pesaing.

3. Pangsa pasar maksimum

Perusahaan mengasumsikan bahwa tingginya volume penjualan membuat biaya unit akan semakin rendah dan memperoleh laba jangka Panjang yang tinggi.

Pasar sangat sensitif dengan harga, maka dari itu perusahaan berusaha menetapkan harga terendah. Ada beberapa kondisi dalam menetapkan harga menggunakan strategi penetrasi pasar yaitu:

- a. Pasar sangat sensitif dengan harga, harga yang rendah akan merangsang pertumbuhan pasar.
 - b. Biaya produksi dan distribusi menurun seiring terakumulasinya pengalaman produksi.
 - c. Harga rendah akan mendorong persaingan actual dan potensial.
4. Penetapan harga memerah pasar

Biasanya perusahaan menetapkan harga jual yang tinggi, seiring dengan berjalannya waktu perusahaan menurunkan harga jualnya. Strategi ini sebenarnya memiliki akibat fatal, dimana jika pesaing besar menurunkan harga jual produknya kemungkinan besar akan terjadi kerugian. Maka dari itu, perlu adanya menilai kondisi dalam menggunakan strategi penetapan harga memerah pasar. Adapun kondisi-kondisi tersebut, yaitu:

- a. Banyak pembeli yang memiliki permintaan yang tinggi.
- b. Biaya satuan memproduksi volume kecil tidak begitu tinggi sehingga menghilangkan keuntungan dari penggunaan harga maksimum yang dapat diserap pasar.
- c. Harga awal yang tinggi, tidak menarik lebih banyak pesaing ke pasar.
- d. Harga yang tinggi memberikan kesan kualitas produk yang tinggi.

5. Kepemimpinan kualitas produk

Banyaknya merek atau *brand* yang berusaha menjadi “kemewahan terjangkau” dengan ditentukannya karakter, kualitas anggapan, selera, dan status yang tinggi dengan harga tinggi agar dapat dijangkau konsumen.

2.2.3.3. Metode Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Koller (2009: 83) terdapat empat metode dalam menetapkan harga jual yaitu:

1. Penetapan harga *markup*

Penetapan harga paling mendasar adalah dengan menambahkan *markup* standar ke biaya produk. Penjual jauh lebih muda dalam menentukan biaya dibandingkan dengan memperkirakan permintaan. Menerapkan metode harga *markup* harga lebih cenderung sama dan persaingan harga tereleminasi. Dengan menerapkan biaya-plus penjual dan pembeli merasa lebih adil. Tidak adanya pemanfaatan penjual terhadap pembeli Ketika permintaan pembeli naik dan tingkat pengembalian investasi yang wajar.

2. Penetapan harga tingkat pengembalian sasaran

Perusahaan menetapkan harga yang menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi sasaran (ROI).

3. Penetapan harga nilai anggapan

Metode ini banyak digunakan oleh perusahaan saat ini dalam menentukan harga jual produk. Metode ini memiliki beberapa bagian, seperti citra pembeli terhadap produk, kualitas jaminan, dukungan pelanggan, kemampuan

komunikasi dari saluran, dan atribut yang kurang dominan. Adapun kunci dalam metode ini adalah memberikan lebih banyak nilai daripada pesaing dan mendemonstrasikannya ke pembeli yang prospektif.

4. Penetapan harga *going rate*

Metode ini lebih ke mendasarkan harganya pada harga pesaing, dengan mengenakan harga yang sama baik itu lebih murah ataupun lebih mahal dibandingkan dengan pesaing utama. Metode ini adalah solusi yang terbaik bagi perusahaan jika mengalami kesulitan mengukur biaya dan respon persaingan tidak pasti.

2.2.4. Target Costing

Target costing merupakan metode untuk menentukan biaya produksi dimana perusahaan akan melakukan terlebih dahulu penetapan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga kompetitif, agar perusahaan dapat mendapatkan laba yang telah ditargetkan (Rudianto: 2013: 145). Sedangkan menurut Witjaksono (2013:177) *target costing* adalah sistem penentuan harga pokok produksi yang sesuai dengan yang diinginkan sebagai dasar penetapan harga jual produk dan memperoleh laba sesuai target perusahaan. Dengan demikian *target costing* adalah metode penetapan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual guna meningkatkan laba.

Didalam perspektif islam, *target costing* telah diatur dalam Al-Qur'an pada Surah An-Nisa ayat 58, dimana Allah SWT berfirman sebagai berikut:

نِعْمًا اللَّهُ إِنَّ بِالْعَدْلِ تَحْكُمُوا أَنْ النَّاسِ بَيْنَ حَكْمَتُمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنِ تُوَدُّوا أَنْ يَأْمُرَكُمْ اللَّهُ أَنْ

بَصِيرًا ﴿ سَمِعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ بِهِ يَعِظُكُمْ

“*Sesungguhnya Allah SWT menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan menyuruh kamu apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah adalah maha mendengar lagi maha melihat.*” (QS. An-Nisa: 58).

Dalam ayat ini, Allah SWT menengaskan kepada Ummatnya untuk memberlakukan hukum dan menetapkan hukum secara adil dan baik. Dengan memberlakukan hukum yang baik dapat menciptakan kondisi yang baik pula. Dengan demikian, ini berkaitan dengan menetapkan harga jual, harus ditetapkan dengan kesesuaian biaya produksi dalam mengelola produk.

2.2.4.1. Prinsip *Target Costing*

Menurut Rudianto (2013: 146) menyatakan terdapat beberapa prinsip yang harus diterapkan dalam menerapkan *target costing* yaitu, sebagai berikut:

1. Harga jual mendahului biaya

Metode *target costing* menerapkan target biaya dengan mengurangi margin laba yang diinginkan perusahaan dari harga pasar yang kompetitif. Harga pasar ditentukan oleh situasi pasar dan target laba ditentukan oleh kondisi keuangan suatu perusahaan dalam industri yang diproduksinya.

- a. Harga pasar mendefinisikan produk dan laba. Dengan ini, rencana perusahaan harus dianalisa agar produk perusahaan memberikan sumber daya hanya

dengan produk yang menghasilkan margin laba secara konsisten dan bisa diandalkan.

- b. Proses *target costing* ini, digerakkan oleh kompetitif integrasi dan Analisis yang aktif. Pemahaman terhadap latar belakang harga pasar dapat digunakan untuk mengatasi ancaman dan tantangan dari pesaing secara kompetitif.

2. Fokus pada pelanggan

Terdapat beberapa persyaratan konsumen atas kualitas, biaya, dan waktu diintegrasikan kedalam produk dan keputusan proses serta arah analisis biaya. Dengan demikian, target biaya tidak dapat dicapai dengan cara mengorbankan tampilan yang diinginkan konsumen, menurunkan kinerja serta kendala produk atau menunda peluncuran produk dipasar.

3. Focus pada desain

Metode *target costing* memberikan pertimbangan atas desain produk dan proses produksi sebagai kunci dalam manajemen biaya. Perusahaan lebih banyak menghabiskan waktu pada tahap desain dan mengurangi waktu sampai beredar ke pasar dengan mengesampingkan perubahan yang mahal dan menghabiskan banyak waktu yang diperlukan dimasa akan datang. Sebaliknya, metode tradisional memfokuskan pada skala ekonomi, kurva pembelajaran, dan memperbaiki hasil dalam mengelola biaya.

- a. Metode *target costing* mengelola biaya sebelum biaya tersebut terjadi
- b. Metode *target costing* melihat pengaruh biaya terhadap produk, teknologi, dan desain produk. Seluruh keputusan disaring sesuai dengan besaran biaya yang telah ditetapkan terlebih dahulu.

2.2.4.2 Karakteristik *Target Costing*

Menurut Rudianto (2013: 148) Metode *Target costing* memiliki beberapa karakteristik yaitu, sebagai berikut:

1. *Target costing* lebih sering digunakan pada tahap perencanaan dan desain produk.
2. (Rudianto: 2013) *Target costing* adalah perencanaan biaya yang berujung pada pengurangan biaya, bukan pengendalian biaya.
3. *Target costing* lebih tepat digunakan untuk perusahaan yang membuat bermacam-macam produk dalam jumlah menengah dan sedikit dibanding dengan perusahaan yang produksinya secara terus menerus dan bersifat massal.
4. *Target costing* digunakan untuk pengendalian desain dan Teknik produksi. Dengan demikian, *target costing* lebih mengarah pada manajemen dan Teknik daripada akuntansi.

2.2.4.2. Kelebihan *Target Costing*

Menurut Rudianto (2013: 145) *target costing* memiliki kelebihan pada menetapkan biaya produk sesuai dengan harga pasar pada umumnya, menentukan laba yang diinginkan perusahaan dan juga penetapan harga jual produk dengan harga wajar untuk konsumen.

2.2.4.3. Peranan Perhitungan *Target Costing*

Metode ini dapat dicapai apabila manajemen perusahaan memberikan penekanan pada setiap unsur dalam perusahaan terutama pada efisiensi biaya produksi. Terdapat keunggulan dari metode ini, yaitu penentuan harga jual terlebih

dahulu, dimana target margin laba dan target *cost* ditetapkan setelahnya. Apabila target margin laba perusahaan ditingkatkan, maka perusahaan harus melaksanakan penghematan dan rekayasa nilai pada biaya produksi dan biaya non-produksi untuk mencapai target *cost* yang telah ditetapkan sesuai dengan harga jual. Biaya Target sendiri berbeda dengan harga penjualan yang dibutuhkan untuk mendapatkan pangsa pasar, dimana sebelumnya telah ditentukan dan laba dari perunit yang diharapkan.

Ada tiga metode dalam melakukan penurunan biaya produksi yang dikeluarkan dalam proses produksinya, yaitu. Sebagai berikut:

1. Rekayasa berlawanan, membedah produk pesaing agar dapat menemukan lebih banyak rancangan yang dapat menurunkan biaya produksi.
2. Analisis nilai, dimana berusaha menaksir nilai yang ditempatkan pada beberapa fungsi produk oleh konsumen.
3. Perbaikan secara berkala agar proses produksi dapat ditekan dalam pengeluaran biaya.

2.2.4.4. Implementasi *Target Costing*

Target Costing dapat diimplementasikan ke dalam perusahaan, dengan melalui beberapa serangkaian atau fase. Menurut Rudianto (2013: 148) terdapat lima fase, yaitu. Sebagai berikut:

1. Menentukan Harga Jual Yang Kompetitif

Menentukan harga produk, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan oleh pihak manajemen yaitu, harga produk pesaing, daya beli konsumen, kondisi

perekonomian secara universal, nilai tukar rupiah, dan sebagainya. Faktor-faktor ini saling terintegrasi satu sama lain dalam hal menentukan kapasitas permintaan produk perusahaan. Di sisi lain, kapasitas produk yang sama secara keseluruhan akan berpengaruh terhadap mekanisme pasar. Penentuan antara kapasitas permintaan secara keseluruhan akan berpengaruh langsung terhadap harga jual produk perusahaan.

2. Menentukan Laba Yang Diharapkan

Setelah penetapan harga jual produk dengan mempertimbangkan mekanisme pada pasar, perusahaan perlu menetapkan harga jual per unit produknya. Ada beberapa hal yang terkait dalam menentukan harga jual per unit produk, diantaranya, pangsa pasar (*market share*) yang ingin dicapai, tingkat pertumbuhan yang ingin dicapai perusahaan, kapasitas penjualan yang ingin direncanakan, dan lain sebagainya. Faktor-faktor ini akan berpengaruh secara langsung terhadap laba per unit produk yang ingin dicapai.

3. Menetapkan Target Biaya

Setelah harga jual ditentukan dikurangi dengan laba per unit produk yang diinginkan, perusahaan dapat menentukan tingkat biaya untuk menghasilkan produk yang diinginkan.

Menurut Witjaksono (2013) menetapkan target biaya dapat dilakukan dengan mengurangi harga jual dengan laba yang diinginkan, yaitu:

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

4. Melakukan Rekayasa Nilai

Rekayasa Nilai merupakan upaya memodifikasi produk perusahaan dengan biaya yang lebih rendah dan disertai dengan memberikan nilai optimal kepada konsumen. Menurut Rudianto (2013) perusahaan harus menetapkan biaya produk yang sesuai dengan harga pasar pada umumnya, menentukan laba yang diharapkan perusahaan, dan menetapkan harga jual produk kepada konsumen. Rekayasa adalah mengevaluasi sistem atas desain *engineering* suatu produk untuk menemukan nilai yang paling tinggi terhadap setiap uang yang dikeluarkan, mengaji dan memikirkan berbagai komponen kegiatan dalam kaitannya antara biaya terhadap fungsi dengan tujuan agar memperoleh penurunan biaya produksi secara *universal*.

Rekayasa nilai diterapkan dalam *target costing* untuk menurunkan biaya produksi produk dengan menganalisis *trade-off*, seperti, jenis dan tingkat yang berbeda dengan fungsionalitas produk dan biaya produk secara total atau keseluruhan.

5. Menggunakan *Kaizen Costing* dan Pengendalian Operasi

Kaizen adalah perbaikan yang dilakukan secara terus menerus agar dapat menentukan proses pengerjaan sesuatu lebih baik lagi. *Kaizen* juga berkaitan dengan proses produksi, dimana ada upaya berkelanjutan untuk mencari metode yang lebih baik dalam proses produksi. Sedangkan perhitungan biaya adalah upaya untuk terus menerus mencari metode produksi yang dapat menurunkan biaya produksi pada produk. *Kaizen Costing* adalah mencari terus menerus

metode baru dalam perhitungan biaya untuk menurunkan biaya dalam proses produksi produk dengan desain dan fungsi yang ada.

2.2.5. Laba

Rudianto (2013) menyatakan bahwa seluruh kegiatan ekonomi yang dilakukan suatu perusahaan tidak terlepas dari kebutuhannya akan laba yang diperoleh. Perusahaan perlu menentukan produk seperti apa yang akan dihasilkan, mencari dan memperoleh sumber daya yang diperlukan, hingga menggerakkan dan mengarahkan setiap sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan.

Sedangkan menurut Syaifullah (2016) mengemukakan bahwa laba yang diperoleh dengan mengurangi biaya operasional dari laba kotor yang didapatkan perusahaan dalam satu periode. Dengan demikian, laba adalah memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk menghasilkan suatu produk atau jasa guna memperoleh keuntungan dari hasil penjualan produk ataupun jasa tersebut. Laba ini, menunjukkan perusahaan memperoleh keuntungan atau kerugian dalam proses bisnis utama perusahaan.

2.2.6 Integrasi Islam

Dalam menjalankan suatu usaha, perlu beberapa aspek yang harus dipertimbangkan. Dalam hukum islam pun mengajarkan manusia untuk memperhatikan aspek yang tidak merugikan antara satu dengan lainnya. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah menentukan harga jual suatu produk, menentukan laba yang ingin diperoleh perusahaan, dan menentukan target biaya. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur-an pada Surah An-Nisa ayat 58 yang berbunyi:

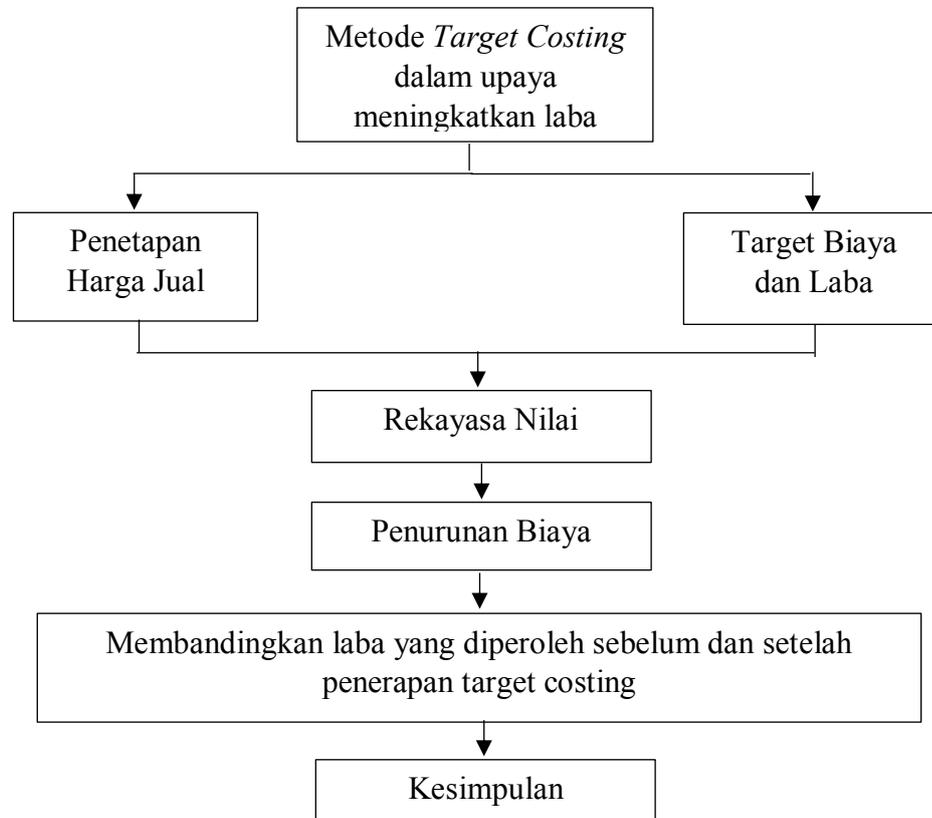
نِعْمًا اللَّهُ إِنَّ بِالْعَدْلِ تَحْكُمُوا أَنَّ النَّاسَ بَيْنَ حَكْمَتُمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنِ تَوَدُّوا أَنَّ يَأْمُرَكُمْ اللَّهُ أَنَّ
بَصِيرًا ﴿ سَمِعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ بِهِ يَعِظُكُمْ

“Sesungguhnya Allah SWT menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan menyuruh kamu apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah adalah maha mendengar lagi maha melihat.” (QS. An-Nisa: 58).

Dalam Ayat ini, Allah SWT menyuruhkan kepada para pelaku usaha untuk berlaku adil terhadap hukum-hukum yang telah ditetapkan. Dengan berlaku adil diberbagai aspek dalam usaha seperti menentukan harga jual produk, penetapan laba yang diinginkan, dan target biaya yang telah ditetapkan akan menciptakan transaksi jual beli yang menguntungkan seluruh pihak yang terlimbat. Maka dari itu, sangat penting menjadikan landasan dalil-dalil Al-Qur’an dalam mengambil keputusan masa sekarang dan yang akan datang.

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah suatu alur atau prosedur yang akan diterapkan peneliti dengan tujuan menjawab rumusan masalah dalam penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah Langkah-langkah yang akan diterapkan peneliti dalam melakukan penelitiannya:

Gambar 2.1**Kerangka Berfikir**

Dari kerangka berfikir diatas, dapat diketahui tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian. Pertama adalah dengan menerapkan *target costing* pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi. Kemudian, menetapkan harga jual dan target laba yang diinginkan perusahaan. Setelah itu, peneliti akan melakukan rekayasa nilai untuk memperoleh penurunan biaya produksi produk. Setelah menemukan nilai produksi, akan dilanjutkan dengan membandingkan laba yang diperoleh dari sebelum dan setelah penerapan *target costing*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode deskriptif ini nantinya sebagai pemecahan masalah dengan menggunakan subjek dan objek dalam penelitian. Sugiyono (2016: 21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah metode dengan menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang terkumpul tanpa menyimpulkan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi yang terletak di Perumahan Bukit Cemara Tujuh Blok C Kav 83, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. Objek dari penelitian ini adalah penerapan *target costing* dalam menentukan harga jual dengan tujuan meningkatkan laba UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi.

UMKM ini terpilih karena mengalami masalah pada tidak stabilnya perhitungan biaya produksi nasi kuning selama produksinya dilaksanakan, ini disebabkan karena perhitungan yang diterapkan UMKM ini masih tradisional, sehingga peneliti tertarik untuk menerapkan *target costing* sebagai solusi untuk perhitungan biaya di UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi.

3.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber daya, benda ataupun sebuah Lembaga yang berkaitan dengan sebuah penelitian yang akan diteliti (Linda: 2021). Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif adalah pihak-pihak yang menjadi sumber informasi yang dipilih untuk melancarkan tujuan penelitian. Subjek dari penelitian ini adalah pemilik dari UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi, yaitu, Ibu Nadrah Wildan Abdul Malik.

3.4 Data dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang didapatkan dari pemilik UMKM ini yang memiliki peran dalam produksi Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi. Data ini berkaitan dengan biaya-biaya utama dalam proses produksi Nasi Kuning Nyamanna yaitu, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead.

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2016: 219) menyatakan bahwa data primer dapat diperoleh dengan cara melalui wawancara dengan sumber data utama dan melakukan pengamatan secara langsung. Data primer dari penelitian ini diperoleh secara langsung dari Pemilik UMKM Nasi Kuning Nyamanna melalui pengamatan langsung dan wawancara yang mendalam pada pemilik.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016) data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber utama melainkan dari orang lain ataupun dari dokumen. Data sekunder dari penelitian ini adalah laporan biaya bahan baku, biaya overhead, gambaran umum perusahaan dan lain sebagainya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Agar memperoleh data yang valid dan relevan dengan penyusunan proposal, metode pengumpulan yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

3.5.1 Observasi

melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian yaitu UMKM Nasi Kuning Nyamanna agar memperoleh data yang relevan berupa kondisi perusahaan, struktur Organisasi, dan latar belakang berdirinya perusahaan.

3.5.2 Wawancara

Bertanya secara langsung kepada pemilik yaitu Ibu Nadrah mengenai data produk, penjualan, dan informasi yang relevan dengan penelitian. Selain itu, melakukan wawancara ke bagian produksi UMKM Nasi Kuning Nyamanna.

3.5.3 Dokumentasi

Mengumpulkan data dengan cara melihat catatan atau dokumen yang memuat informasi perusahaan yang diperlukan dalam penelitian.

3.6 Analisis Data

Setelah memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka peneliti akan menganalisa data dengan cara sebagai berikut:

1. Menganalisa proses produksi yang dilakukan oleh UMKM Nasi Kuning Nyamanna dengan tujuan untuk membagi komponen biaya dalam perhitungan berikutnya.
2. Melakukan Analisa harga jual produk yang saat berlaku, harga jual pesaing, dan harga pasar
3. Mengimplementasikan metode *target costing* dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Menetapkan harga jual yang kompetitif dengan pertimbangan harga yang ditawarkan produk pesaing, daya beli masyarakat, kondisi perekonomian, nilai tukar rupiah dan lain sebagainya.
 - b. Menetapkan laba yang diinginkan oleh perusahaan
 - c. Menetapkan target biaya produksi

Dengan demikian, harga jual yang telah ditentukan telah dikurangi dengan laba per unit produk yang diharapkan, perusahaan dapat menentukan biaya produksinya sesuai dengan harapan produk yang ingin dihasilkan oleh perusahaan. (Rudianto, 2013: 149).

Menurut Witjaksono (2013) menetapkan *target costing* dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

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

- d. Melakukan rekayasa nilai untuk memodifikasi produk dengan biaya yang lebih rendah dengan tetap memberikan nilai yang optimal kepada konsumen. Rekayasa nilai ini mencakup upaya untuk mengidentifikasi cara yang dapat digunakan untuk menurunkan biaya produksi semaksimal mungkin.
4. Membandingkan laba sebelum dan sesudah penerapan *target costing*
Setelah menerapkan *target costing*.
5. untuk menentukan harga jual guna meningkatkan laba perusahaan, maka hasil perhitungan dapat dijadikan kesimpulan dan dapat dijadikan sebagai pertimbangan pihak UMKM Nasi Kuning Nyamanna dalam upaya meningkatkan laba.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi adalah salah satu unit usaha yang bergerak dalam bidang kuliner yang beroperasi di Kota Malang Kecamatan Lowokwaru. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2018 yang didirikan oleh Ibu Nadrah. Dulunya usaha ini memiliki dua pemilik, akan tetapi pada saat ini hanya satu orang saja. Didirikannya usaha ini dalam rangkaian untuk menjawab keresahan mahasiswa yang berasal dari Sulawesi dalam hal mencari makanan khas yang berasal dari kampung halamannya. Dengan demikian pemilik memiliki ide untuk membuat UMKM ini untuk menjawab keresahan tersebut. Karena usaha ini tergolong baru dan belum dikenal oleh mahasiswa maupun masyarakat sekitar di Malang, maka awal berdirinya pun masih sedikit permintaan. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2019, permintaan setiap harinya meningkat, sehingga pemilik UMKM ini meningkatkan jumlah produksi dengan cara menambah beberapa karyawan untuk memproduksi nasi kuning itu sendiri.

Hasil wawancara pada tanggal 10 November 2021 bersama dengan Ibu Nadrah sebagai pemilik usaha.

“awal berdirinya usaha ini pada bulan September 2018. Dulunya usaha ini memiliki 2 owner. Jadi usaha ini hadir karena kami melihat adanya keresahan dari mahasiswa yang berasal dari Sulawesi. Untuk menjawab keresahan ini, kami menghadirkan usaha ini. Kenapa dikatakan khas Sulawesi karena produk yang kami tawarkan itu berasal dari bahan seperti ikan cakalang suir, ayam dan lain sebagainya.”

UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi yang dikelola oleh Ibu Nadrah ini, dalam satu harinya dapat memproduksi sekitar 100 porsi nasi kuning. Meningkatnya permintaan tersebut, Ibu Nadrah menambah karyawan di beberapa bagian terutama di bagian produksinya. Karena usaha ini tergolong masih berkembang, terdapat beberapa masalah yang sering dihadapinya, seperti naiknya harga bahan baku utama dan bahan penolong lainnya. Selain persoalan tersebut, pada masa pandemi *covid-19* terjadi penurunan penjualan yang berpengaruh terhadap proses produksi dan penurunan pendapatan. Sebelum terjadinya pandemi, banyak mahasiswa maupun masyarakat sekitar yang membeli nasi kuning untuk sarapan ataupun sekedar mencoba. Pada saat ini, ada kebijakan dari pemerintah yaitu PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang mengharuskan masyarakat untuk menjaga jarak dan mengurangi kegiatan diluar rumah untuk menekan penyebaran *covid-19* itu sendiri. Dengan demikian pemilik harus mmencari cara untuk menyelesaikan permasalahan dan mempertahankan usahanya.

Hasil wawancara pada tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah sebagai pemilik usaha.

“jadi dalam sehari itu, kami dapat memproduksi nasi kuning sebanyak 100 porsi, tapi selama pandemi penjualan menurun”

UMKM ini terletak di Perumahan Bukit Cemara Tujuh Blok C Kav 83, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. Tujuan dari usaha ini didirikan untuk menambah penghasilan dan menjadikan usaha ini sebagai usaha sosial untuk mereka yang mengalami kesulitan. Dengan berdirinya usaha ini, dapat

menjadikan peluang usaha dan membuka lapangan pekerjaan untuk mengurangi tingkat pengangguran.

4.1.2 Produk UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi

UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi ini memiliki beberapa produk yang ditawarkan, yaitu ada Ori Nyamanna, Spesial Nyamanna dan Spesial Plus-Plus Nyamanna yang ditawarkan secara per paket. Dalam sehari, UMKM ini dapat memproduksi nasi kuning sekitar 100 porsi dengan berbagai macam produk yang ditawarkan. Pada paket ini, terbagi lagi beberapa produk didalamnya, seperti Spesial Nyamanna itu terdapat 3 varian yaitu, spesial nyamanna telur, spesial nyamanna ikan, dan spesial nyamanna ayam. Dengan harga yang berbeda-beda.

Hasil wawancara pada tanggal 10 November 2021 bersama dengan Ibu Nadrah sebagai pemilik usaha.

“jadi kita bagi dalam tiga paket, ada paket original dimana paket ini tidak memiliki tambahan seperti tempe dan mie. Selanjutnya ada special nyamanna, ini termasuk produk yang paling diminati oleh konsumen. dan special nyamanna plus-plus ini bisa dibilang produk premium dari usaha kami”

Tabel 4.1

Daftar Harga Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi

Jenis Produk	Harga
Telur	Rp. 13.000
Suir Ikan	Rp. 13.000
Ayam	Rp. 15.000

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

4.1.3 Ruang Lingkup Pemasaran Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi

Hasil produksi Nasi Kuning Nyamanna dipasarkan di rumah Ibu Nadrah itu sendiri yang terletak di Perumahan Bukit Cemara Tujuh. Awal mulanya, usaha ini hanya memproduksi nasi kuningnya sesuai dengan pesanan yang masuk dari konsumen. Seiring berjalannya waktu, nasi kuning ini telah dikenal dikalangan mahasiswa maupun masyarakat sekitar, sehingga pemilik meningkatkan jumlah produksi nasi kuning.

Untuk mempertahankan permintaan tersebut, pemilik mengutamakan kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kepada pelanggan. Karena ruang lingkup dari pemasaran produk ini hanya mahasiswa dan masyarakat sekitar, sangat penting pemilik untuk menjaga kesetiaan pelanggan dengan cara mempertahankan kualitas khas dari produk itu sendiri.

4.1.4 Bahan Baku Langsung

Bahan baku adalah bahan utama dalam keseluruhan proses produksi untuk menghasilkan sebuah produk jadi. Biasanya bahan baku langsung disebut sebagai bahan pokok yang harus ada dalam proses produksi. Bahan baku yang digunakan oleh UMKM Nasi Kuning Nyamanna adalah beras, ayam, ikan cakalang dan telur. Dalam sebuah perusahaan manufaktur dapat memperoleh bahan baku dari pembelian lokal, impor, maupun dikelola oleh perusahaan itu sendiri. Sedangkan untuk UMKM Nasi Kuning Nyamanna bahan baku ini diperoleh dari membeli di toko grosir sembako.

Hasil wawancara pada tanggal 10 November 2021 bersama dengan Ibu Nadrah sebagai pemilik usaha

“Sekarang ini karena kita memiliki kurir, jadi pekerjaan dari kurir ini yaitu membeli bahan baku yang digunakan. Bahan baku yang digunakan ini dibeli langsung di toko grosir dan di pasar tradisional”

4.1.5 Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah karyawan yang berperan langsung dalam proses produksi. Tenaga kerja yang dimiliki oleh UMKM Nasi Kuning Nyamanna merupakan tenaga kerja yang berasal dari keluarga Ibu Nadrah itu sendiri dan beberapa dari warga sekitar. Pada saat ini, UMKM nasi Kuning Nyamanna memiliki 4 karyawan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.2
Tenaga Kerja

Tenaga Kerja	Jumlah
Bagian Produksi	2
Bagian Pemasaran	1
Kurir	1

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

Hasil wawancara pada tanggal 10 November 2021 bersama dengan Ibu Nadrah sebagai pemilik usaha

“kami memiliki 4 tenaga kerja yaitu 2 dari bagian produksi, 1 dari bagian pemasaran dan 1 kurir”

4.1.6 Biaya *Overhead*

Biaya *overhead* adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama proses produksi sampai menghasilkan produk baru yang dimana biaya yang dikeluarkan selain dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* terdiri dari beberapa biaya yaitu, biaya bahan baku penolong, biaya tenaga

kerja tidak langsung, dan biaya pemeliharaan. Untuk UMKM Nasi Kuning Nyamanna mengeluarkan beberapa biaya *overhead* yaitu sebagai berikut:

a. Biaya Bahan Penolong

biaya Bahan Penolong adalah bahan pendukung dari bahan baku utama dalam menghasilkan barang jadi. Adapun bahan penolong yang dibutuhkan dalam melengkapi pembuatan nasi kuning adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
daftar Bahan Penolong Nasi Kuning Nyamanna

No	Bahan Penolong
1.	Elpiji 3 kg
2	Minyak Goreng
3	Santan Kelapa
4.	Serei
5.	Daun Salam
6.	Daun Jeruk
7.	Kunyit
8.	Merica
9.	Garam
10.	Penyedap Rasa
11.	Cabe Rawit
12.	Tomat
13.	Cabe Besar
14.	Bawang Merah dan Bawang Putih

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

b. Biaya Listrik, Air dan Telfon

biaya Listrik, Air, dan Telfon adalah biaya oprasional produksi yang dikeluarkan selama proses produksi berlangsung. Karena usaha ini berada di rumah pribadi pemilik usaha, maka biaya listrik, air, dan telfon ini dijadikan satu dengan pemilik usaha.

c. Biaya Kemasan

biaya kemasan adalah biaya yang dikeluarkan untuk wadah dari produk nasi kuning itu sendiri untuk melengkapi produk sebelum dipasarkan kepada pembeli atau konsumen. Untuk biaya kemasan, ada beberapa bahan yang dikeluarkan, diantaranya:

Tabel 4.4
daftar Bahan Kemasan Nasi Kuning Nyamanna

No	Bahan-bahan
1.	Kertas minyak yang telah di print
2.	Daun pisang
3.	<i>Box</i> Plastik Bening

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

4.1.7 Proses Produksi Nasi Kuning Nyamanna

UMKM Nasi Kuning Nyamanna memproduksi nasi kuning sekitar 100 porsi dengan berbagai menu yang akan dijual. Proses produksi nasi kuning ini dimulai dari jam 04.30 WIB atau setelah sholat subuh sampai dengan 07.30 WIB berkisar sekitar 3 jam produksinya. Seluruh kegiatan produksi ini dikontrol langsung oleh Ibu Nadrah selaku pemilik UMKM ini, agar hasil yang diperoleh dari produksinya dapat maksimal dan sesuai dengan resep dari Ibu Nadrah itu sendiri. Ini bertujuan untuk memberikan kesan terbaik untuk para konsumen terutama dalam hal cita rasa yang sangat berpengaruh terhadap kualitas produk.

Proses produksi dimulai dari menyiapkan seluruh bahan baku utama, dimana bahan baku utama ini disiapkan untuk jangka produksi 3 hari kedepan.

4.1.7.1 Tahap Pertama

Untuk ayam bagian produksi telah mengungkepnya atau dimasak dengan beberapa rempah-rempah. Setelah ayam diungkep, maka ayam tersebut dimasukkan ke *freezer box* atau tahap pembekuan untuk menjaga kualitas ayam tersebut. Untuk ikan cakalang, ikan ini telah dimasak dengan bumbu rempah-rempah yang dimana setelah dimasak dimasukkan juga ke *freezer box* untuk menjaga kualitas ikan tersebut. Untuk beras dan telurnya dimasak pada subuh harinya.

4.1.7.2 Tahap Kedua

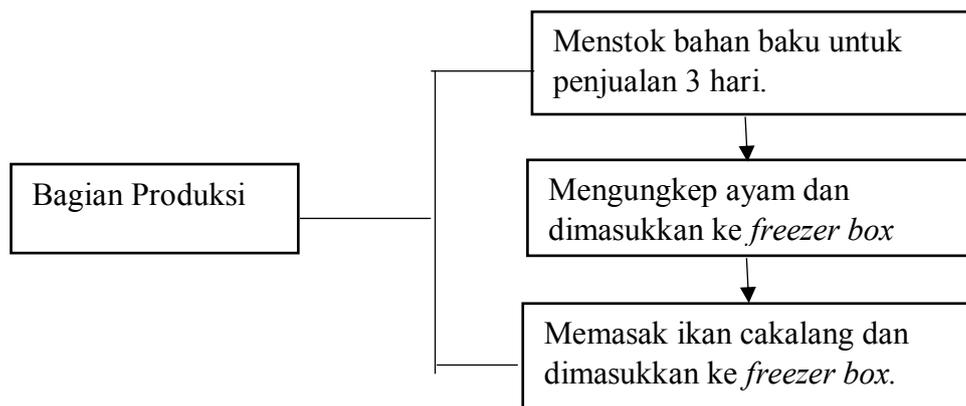
Menyiapkan rempah-rempah yang telah dicuci bersih untuk dijadikan bumbu dari nasi kuning dengan cara menggilingnya dengan *blender*. Setelah menyiapkan bumbu tersebut, menyiapkan beras yang telah dicuci bersih untuk dimasak bersamaan dengan kunyit, serei, daun salam, daun jeruk dan santan kelapa untuk menghasilkan nasi kuningnya. Untuk telurnya direbus di air mendidih selama kurang lebih 15-25 menit untuk menghasilkan telur rebus yang matangnya sempurna. Setelah direbus, cangkang telurnya dikupas dan diberikan bumbu pedis yang didalamnya terdapat cabe rawit, cabe besar, garam, pepadap rasa, dan serei. Bumbu ini ditumis bersamaan dengan telur rebus. Menyiapkan wajan yang telah diisi minyak goreng secukupnya untuk menggoreng ayam yang telah diungkep. Ayam ini di goreng bersamaan dengan beberapa bumbu seperti cabe besar yang telah dihaluskan, garam dan penyedap rasa secukupnya, digoreng kurang lebih 15 menit. Setelah ayamnya selesai tahap selanjutnya itu menyiapkan ikan cakalang yang telah

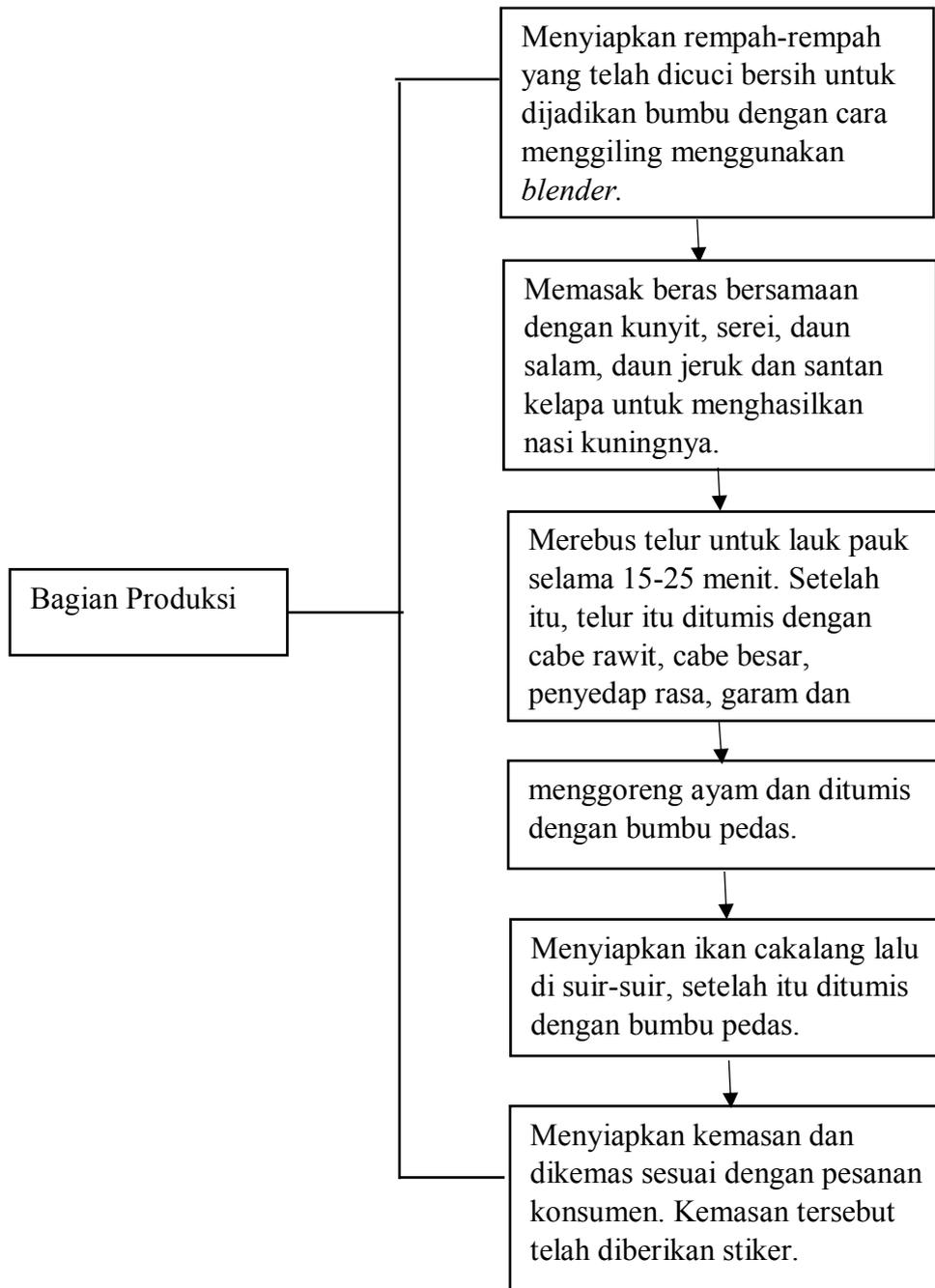
dimasak sebelumnya untuk dijadikan ikan cakalang suir-suir. Setelah ikannya di suir-suir maka tahap selanjutnya yaitu dimasak bersamaan dengan daun salam, daun jeruk, cabe besar, cabe rawit, garam, dan penyedap rasa secukupnya.

4.1.7.3 Tahap Akhir

Tahap akhir yaitu menyiapkan masakan yang telah jadi untuk dijual dan pengemasan. Karena UMKM ini berjualan melalui media sosial maupun makan ditempat. Untuk pesanan melalui media sosial dibungkus menggunakan kertas minyak dan didalamnya diberikan daun pisang. Daun pisang ini bertujuan untuk memberikan aroma daun pisang yang khas. Untuk pesanan nasi kuning nyamanna plus-plus menggunakan kemasan yang berbeda. Kemasan yang digunakan adalah plastik berbentuk kotak yang telah diberikan stiker.

Gambar 4.1
Proses Produksi Nasi Kuning Nyamanna





4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Rincian Biaya Produksi Nasi Kuning Nyamanna

4.2.1.1 Biaya Bahan Baku Langsung

Berdasarkan wawancara dengan pemilik yaitu Ibu Nadrah, data yang diperoleh pada tanggal 10 November 2021, selama proses produksi dalam satu hari, dibutuhkan bahan baku langsung sebanyak 5 kg beras, 5 kg ayam dengan potongan per 1 kg ayam sebanyak 10 potong, ikan cakalang sebanyak 3 kg, dimana 1 kg terdapat 5 ekor ikan cakalang, dan telur sebanyak 2 kg, dimana per 1 kg terdapat 16-17 butir telur. Bahan baku langsung ini diperoleh dari pasar dan dari toko grosir sembako. Dimana harga dari bahan baku ini tidak selamanya memiliki harga yang sama, karena pemilik membeli dari toko yang berbeda-beda secara ecer tidak dengan membeli grosiran.

Tabel 4.5
Daftar Biaya Bahan Baku Langsung

Nama Bahan Baku	Jumlah	Harga	Total
Beras Lahap	5 kg	Rp. 11.000/ kg	Rp. 55.000
Ayam Potong	5 kg	Rp. 34.000/ kg	Rp. 170.000
Ikan Cakalang	3 kg	Rp. 35.000/ kg	Rp. 105.000
Telur	2 kg	Rp. 18.000/ kg	Rp. 36.000
Total			Rp. 366.000

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

4.2.1.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung

UMKM Nasi Kuning Nyamanna memiliki 4 orang karyawan yang dimana dibagi kebeberapa bagian, diantaranya, 2 bagian produksi, 1 bagian pemasaran, dan 1 kurir. UMKM Nasi Kuning Nyamanna memiliki sistem penggajian dengan memberikan gaji bulanan kepada setiap karyawannya. Dimana untuk bagian produksi di gaji sebesar Rp. 1.200.000/ bulan, bagian pemasaran Rp. 1.000.000/ bulan, dan bagian kurir Rp. 1.000.000.

Tabel 4.6
Daftar Biaya Tenaga Kerja Langsung per hari

Karyawan bagian	Jumlah	Biaya	Total
Bagian Produksi	2 Orang	Rp. 40.000	Rp. 80.000
Bagian Pemasaran	1 Orang	Rp. 33.000	Rp. 33.000
Bagian Kurir	1 Orang	Rp. 33.000	Rp. 33.000
Total			Rp. 146.000

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

Untuk gaji perhari yang dikeluarkan perusahaan untuk seluruh karyawan tenaga kerja langsung sebesar Rp. 146.000.

4.2.1.3 Biaya Overhead Pabrik

UMKM Nasi Kuning Nyamanna mengeluarkan beberapa biaya overhead pabrik yaitu, sebagai berikut:

a. Biaya Bahan Penolong

bahan baku penolong adalah bahan yang dibutuhkan dalam membuat nasi kuning sebagai bahan yang mendukung bahan baku utama, diantaranya:

Tabel 4.7
daftar Biaya Bahan Penolong Per hari

Nama Bahan	Jumlah	Biaya	Total
Elpiji 3 kg	2 unit	Rp. 18.000	Rp. 36.000
Minyak Goreng	1 liter	Rp. 18.000	Rp. 18.000
Santan Kelapa	1 biji kelapa parut	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Serei	1 ikat	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Daun Salam	1 kantong plastik	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Daun Jeruk	1 kantong plastik	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Kunyit	1 kg	Rp. 15.000	Rp. 15.000
Merica	1 gantung isi 12 bungkus	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Garam	1 bungkus 250 gram	Rp. 5.000	Rp. 5.000

Penyedap Rasa	1 bungkus 500 gram	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Cabei Rawit	2 kg	Rp. 25.000	Rp. 50.000
Tomat	1 kg	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Cabei Besar	1 kg	Rp. 27.000	Rp. 27.000
Bawang Merah	1 kg	Rp. 26.000	Rp. 26.000
Bawang Putih	1 kg	Rp. 24.000	Rp. 24.000
Total			Rp. 277.000

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

b. Biaya Listrik, Air dan Telfon

Biaya Listrik, Air, dan Telfon adalah biaya oprasional yang dikeluarkan selama proses produksi berlangsung. Karena usaha ini berada dirumah pribadi pemilik, maka biaya listrik, air, dan telfon yang dikeluarkan tiap bulannya Rp. 1.000.000, jadi per harinya UMKM Nasi Kuning Nyamanna mengeluarkan biaya sebesar Rp. 33.000.

Hasil wawancara pada tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah sebagai pemilik usaha

“dalam sebulan biaya ini dikeluarkan sekitaran Rp. 1.000.000 dengan penggunaan beberapa alat masak yang menggunakan listrik dan kulkas. Serta air yang digunakan itu dari PDAM”

c. Biaya Kemasan

Biaya kemasan yang dikeluarkan oleh UMKM Nasi Kuning Nyamanna terdiri dari beberapa bahan, diantaranya, kertas minyak yang telah dicetak sebanyak 250 lembar dengan harga per lembar Rp. 350, daun pisang 1kg seharga Rp. 15.000, stiker produk Rp. 100.000 untuk 100 lembar stiker, dan *box* plastik bening sebanyak 25 *box* seharga Rp. 26.000.

Tabel 4.8
Daftar Biaya Kemasan per hari

Jenis Biaya Kemasan	Jumlah
Kertas Minyak	Rp. 87.500
Daun Pisang	Rp. 15.000
Stiker Produk	Rp. 100.000
Box Plastik Bening	Rp. 26.000
Total	Rp. 228.500

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

Berdasarkan biaya *overhead* yang dikeluarkan oleh perusahaan diatas, berikut ringkasan biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan UMKM Nasi Kuning Nyamanna perhari:

Tabel 4.9
Daftar Biaya Overhead Pabrik

Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Bahan Baku Tidak Langsung	Rp. 277.000
Biaya Listrik, Air, dan Telfon	Rp. 33.000
Biaya Kemasan	Rp. 228.500
Total	Rp. 538.500

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

4.2.2 Perhitungan Biaya Produksi UMKM Nasi Kuning Nyamanna Menggunakan Metode Tradisional

Dalam menentukan harga jual produk UMKM Nasi Kuning Nyamanna masih menggunakan metode tradisional, dimana perhitungan yang digunakan itu menghitung harga pokok produksi dengan aplikasi excel tetapi metodenya masih sangat sederhana. Harga jual produk ini ditentukan juga dengan mengamati harga jual pesaing agar harga produk yang ditentukan tidak terlalu melebihi harga pasar.

Sesuai dengan rincian biaya yang sudah diuraikan sebelumnya, maka jumlah biaya yang dikeluarkan untuk produksi UMKM Nasi Kuning Nyamanna per hari sebesar:

Tabel 4.10

Biaya Produksi UMKM Nasi Kuning Nyamanna dengan Metode Tradisional

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 366.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 146.000
Biaya <i>Overhead</i>	Rp. 538.500
Total	Rp. 1.050.500

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

Jumlah yang dikeluarkan perhari untuk memproduksi nasi kuning sebesar Rp. 1.050.500. karena UMKM Nasi Kuning Nyamanna masih menggunakan metode perhitungan tradisional dan belum melakukan perhitungan dengan benar, sebainya UMKM Nasi Kuning Nyamanna melakukan pencatatan dan perhitungan laba rugi untuk mengetahui pendapatan yang diperoleh setiap harinya.

Tabel 4.11

Laporan Laba Rugi sebelum *Target Costing*

UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi	
Laporan Laba Rugi	
Periode 10 november 2021	
Penjualan	Rp1.500.000
Dikurangi:	
Harga Pokok Penjualan	<u>Rp1.050.500</u>
Laba Bersih	Rp.449.500

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

Berdasarkan perhitungan laba rugi diatas, diketahui laba yang diperoleh untuk penjualan nasi kuning hanya sebesar 42% dari jumlah penjualan 100 bungkus nasi kuning.

Sementara itu Ibu Nadrah selaku pemilik usaha ini menyatakan dalam wawancara pada 10 November 2021

“sebelum pandemi ini mas penjualan nasi kuning kita ini dapat memperoleh sekitaran Rp.600.000 laba bersih dalam seharusnya, namun pada masa pandemi ini penjualan menurun sehingga laba yang diperoleh turun. Saya berharap usaha ini dapat memperoleh laba seperti sebelum pandemi.”

Penjualan setiap harinya mengalami penurunan, yang sebelumnya memperoleh laba sekitaran 57% turun menjadi 42%, sehingga menggunakan *target costing* salah satu alternatif untuk memperhitungkan Kembali biaya oprasionalnya.

4.2.3 Penerapan *Target Costing* pada Produksi UMKM Nasi Kuning Nyamanna

Target costing dapat diterapkan untuk menentukan harga jual guna mengurangi biaya produksi. Peneliti akan mengamati proses berjalannya penerapan *target costing* sebagai upaya untuk mengurangi biaya oprasional pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna.

Berikut beberapa langkah-langkah menerapkan *target costing* pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna yaitu:

1. menentukan harga jual yang kompetitif dengan cara menganalisa harga pasar
2. menentukan laba yang ingin diperoleh perusahaan
3. menetapkan target biaya
4. menghitung Kembali jumlah biaya produksi
5. melakukan rekayasa nilai

peneliti melakukan Kembali mulai dari target laba, *target costing*, dan melakukan efesiensi biaya untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan laba yang ingin diperoleh. Berikut ada beberapa tahapan dalam menerapkan *target costing* pada UMKM nasi Kuning Nyamanna.

4.2.3.1 Analisa Harga Pasar

Tujuan dari Analisa harga pasar adalah agar mengetahui harga pesaing yang ditawarkan kepada konsumen. Terdapat satu pesaing yang memiliki jenis usaha

yang sama dengan UMKM Nasi Kuning Nyamanna. Perbandingan harga antara UMKM Nasi Kuning Nyamanna dengan pesaing tersebut tidak memiliki perbedaan harga yang signifikan.

Berikut adalah perbandingan harga nasi kuning pesaing dengan UMKM Nasi Kuning Nyamanna:

Tabel 4.12
Harga Nasi Kuning Pesaing dan Harga Nasi Kuning Nyamanna

Nama	Harga Nasi Kuning		
	Telur	Ayam	Daging Sapi
Nasi Kuning Banjar Kindai	Rp. 10.000	Rp. 12.000	Rp. 17.000
Nama	Harga Nasi Kuning		
	Telur	Ikan	Ayam
Nasi Kuning Nyamanna	Rp. 13.000	Rp. 13.000	Rp. 15.000

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah dan oversavasi)

Menganalisa dari tabel diatas terdapat perbedaan harga antara Nasi Kuning Banjar Kindai dengan Nasi Kuning Nyamanna. Jika dibandingkan dengan harga antara pesaing tersebut, harga Nasi Kuning Nyamanna lebih tinggi dari Nasi Kuning Banjar Kindai antara menu ayam dan telur. Mengingat bahwasanya harga ini sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen, maka dari itu harga produk dari Nasi Kuning Nyamanna menjadi permasalahan yaitu, menurunkan harga jual produk atau tetap mempertahankan harga jual produk yang diberlakukan saat ini.

4.2.3.2 Target Laba

Berdasarkan laporan laba rugi yang telah dihitung, pemilik UMKM Nasi Kuning Nyamanna menginginkan kenaikan laba, dimana pada masa pandemi pendapatan laba yang diperoleh oleh UMKM Nasi Kuning Nyamanna hanya

sebesar 42%. Maka dari itu, Ibu Nadrah berharap adanya kenaikan laba yang semulanya hanya 42% dapat naik lagi disekitaran 57%.

Sesuai dengan wawancara yang dilakukan pada tanggal 10 November 2021 “*sebelum pandemi ini mas penjualan nasi kuning kita ini dapat memperoleh sekitaran Rp.600.000 laba bersih dalam seharusnya, namun pada masa pandemi ini penjualan menurun sehingga laba yang diperoleh turun. Saya berharap usaha ini dapat memperoleh laba seperti sebelum pandemi.*”

Maka dari itu peneliti merekomendasikan untuk menerapkan *target costing* sebagai salah satu alternatif untuk menghitung Kembali biaya oprasional sebagai bentuk peningkatan laba yang diharapkan pemilik.

4.2.3.3 Menentukan Target Biaya (*Target Costing*)

Target Costing adalah sistem dalam menentukan harga pokok produksi yang ditargetkan, dalam menetapkan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan. (Witjaksono, 2013). Berikut adalah rumus dalam menerapkan *target costing* sebagai berikut:

$$TC = P - M$$

Keterangan: TC: *Target Costing* (Target Biaya)

P: Harga Jual

M: Laba

Bila rumus ini diterapkan pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna, maka hasilnya sebagai berikut:

$$TC = Rp. 1.500.000 - (57\% \times 1.500.000)$$

$$TC = Rp. 1.500.000 - Rp. 855.000$$

$$TC = Rp 645.000$$

4.2.3.4 Melakukan Rekayasa Nilai

Untuk mencapai target laba yang diinginkan perusahaan, peneliti akan melakukan efisiensi pada biaya oprasionalnya. Maka dari itu, peneliti memberikan rekomendasi untuk dijadikan alternatif yang dapat diterapkan dalam mencapai efisiensi biaya oprasional, yaitu sebagai berikut:

1. bahan baku nasi kuning diperoleh dari membeli secara langsung ke pasar tradisional. Untuk mengatasi kekurangan bahan baku pada saat produksi disarankan untuk membeli bahan baku dari beberapa supplier tetap agar memperoleh harga bahan baku lebih murah dari membeli dari pedagang di pasar tradisional. Untuk beras dapat diperoleh dari supplier UD. Sumber Jaya, dimana jika membeli beras dengan berat 5kg dengan merek lahap seharga Rp. 53.000, untuk telurnya seharga Rp. Rp. 17.000/kg. Untuk ayam terdapat supplier dengan nama toko istana ayam yang murah didaerah landungsari dengan harga Rp. 30.000/kg.
2. untuk memproduksi nasi kuning ini penggunaan minyak goreng tidak berpengaruh terlalu besar terhadap hasil gorengan ayam tumis, telur rumis dan ikan cakalng suir-suir. Maka dari itu penulis menyarankan menggunakan membeli minyak goreng dari toko UD. Lancar Jaya dengan merek sabrina dengan harga Rp. 14.000/liter. Untuk bawang merah dan bawang putih dapat dibeli dari toko hasil bumi yang berada di sekitar pasar dengan harga Rp. 20.000. Sedangkan untuk cabe rawit yang semula harganya Rp. 25.000 dapat di beli di toko yang sama dengan harga Rp. 22.000.

3. Untuk kemasan nasi kuning menggunakan beberapa kemasan yaitu kertas minyak print menggunakan ukuran 39 cm x 28 cm dengan harga Rp. 350/lembar. Penulis merekomendasikan untuk mengubah dengan kertas yang sama tetapi ukuran yang berbeda dengan ukuran 37 cm x 27 cm dengan harga Rp. 340/lembar. Selanjutnya peneliti merekomendasikan untuk mengubah stiker dengan ukuran 16 cm x 14 cm dengan harga Rp. 1.000/pcs diganti dengan ukuran 14 cm x 12 cm seharga Rp.750/pcs. Ukuran ini tidak mempengaruhi tulisan pada stiker tersebut.

Berdasarkan rekyasa nilai biaya produksi UMKM Nasi Kuning Nyamanna yang akan dikeluarkan untuk menghasilkan produk nasi kuning sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Baku Langsung

Untuk memproduksi 100 bungkus nasi kuning, UMKM Nasi Kuning Nyamanna membutuhkan 5 kg beras, 3 kg ikan cakalang, dan 2 kg telur dari supplier berbeda. Berikut biaya bahan baku yang dikeluarkan UMKM setelah dilakukan rekayasa nilai:

Tabel 4.13
Biaya Bahan Baku Langsung Setelah Rekayasa Nilai

Nama Bahan Baku	Jumlah	Harga	Jumlah
Beras Lahap	5 kg	Rp. 10.600	Rp. 53.000
Telur	2 kg	Rp. 17.000	Rp. 34.000
Ayam Potong	5 kg	Rp. 30.000	Rp. 150.000
Ikan Cakalang	3 kg	Rp. 35.000	Rp.105.000
Total			Rp. 342.000

Berikut ini adalah tabel perbandingan biaya bahan baku langsung sebelum dan sesudah rekayasa nilai:

Tabel 4.14
Biaya Bahan Baku Langsung Sebelum dan Sesudah Rekayasa Nilai

UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi						
Biaya Bahan Baku Langsung Sebelum dan Sesudah Rekayasa Nilai						
10 November 2021						
Nama Bahan Baku	Sebelum Rekayasa Nilai			Setelah Rekayasa Nilai		
	Jumlah	Harga	Jumlah	Jumlah	Harga	Jumlah
Beras Lahap	5 kg	Rp. 11.000/kg	Rp. 55.000	5 kg	Rp. 10.600/Kg	Rp. 53.000
Telur	2 kg	Rp. 18.000/kg	Rp. 36.000	2 kg	Rp. 17.000/kg	Rp. 34.000
Ayam Potong	5 kg	Rp. 34.000/kg	Rp. 170.000	5 kg	Rp. 30.000/kg	Rp. 150.000
Ikan Cakalang	3 kg	Rp. 35.000/kg	Rp. 105.000	3 kg	Rp. 35.000/kg	Rp. 105.000
Total	Rp. 366.000			Rp. 342.000		
Selisih	Rp24.000					

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

2. Biaya Bahan Penolong

UMKM ini membeli minyak goreng 1 liter dengan merek bimoli seharga Rp. 18.000. penulis merekomendasikan mengganti minyak goreng bimoli dengan merek lain dengan harga Rp. 16.000/liter. Adapun bawang merah dan bawang putih dibeli dari supplier lain dengan harga Rp. 20.000/kg, serta cabe rawit dengan harga Rp. 22.000. setelah rekayasa nilai, biaya bahan penolong berubah menjadi:

Tabel 4.15
Biaya Bahan Penolong Setelah Rekayasa Nilai

Nama Bahan	Jumlah	Biaya	Total
Elpiji 3 kg	2 unit	Rp. 18.000	Rp. 36.000
Minyak Goreng	1 liter	Rp. 16.000	Rp. 16.000
Santan Kelapa	1 biji kelapa parut	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Serei	1 ikat	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Daun Salam	1 kresek	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Daun Jeruk	1 kresek	Rp. 5.000	Rp. 5.000

Kunyit	1 kg	Rp. 15.000	Rp. 15.000
Merica	1 gantung isi 12 bungkus	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Garam	1 bungkus 250 gram	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Penyedap Rasa	1 bungkus 500 gram	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Cabei Rawit	2 kg	Rp. 22.000	Rp. 44.000
Tomat	1 kg	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Cabei Besar	1 kg	Rp. 27.000	Rp. 27.000
Bawang Merah	1 kg	Rp. 20.000	Rp. 20.000
Bawang Putih	1 kg	Rp. 20.000	Rp. 20.000
Total			Rp. 233.000

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

3. Biaya Kemasan

Untuk kemasan nasi kuning menggunakan beberapa kemasan yaitu kertas minyak print menggunakan ukuran 39 cm x 28 cm dengan harga Rp. 350/lembar. Penulis merekomendasikan untuk mengubah dengan kertas yang sama tetapi ukuran yang berbeda dengan ukuran 37 cm x 27 cm dengan harga Rp. 340/lembar. Selanjutnya peneliti merekomendasikan untuk mengubah stiker dengan ukuran 16 cm x 14 cm dengan harga Rp. 1.000/pcs diganti dengan ukuran 14 cm x 12 cm seharga Rp.750/pcs. Ukuran ini tidak mempengaruhi tulisan pada stiker tersebut.

Tabel 4.16
Biaya Kemasan Setelah Rekayasa Nilai

Jenis Biaya Kemasan	Jumlah
Kertas Minyak	Rp. 85.000
Daun Pisang	Rp. 15.000
Stiker Produk	Rp.75.000
<i>Box</i> Plastik Bening	Rp. 26.000
Total	Rp. 201.000

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

4. Biaya *Overhead* Pabrik

Setelah peneliti melakukan rekayasa nilai pada biaya *overhead* pabrik terdapat perubahan. Perubahan biaya *overhead* pabrik dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.17
Biaya *Overhead* Pabrik Setelah Rekayasa Nilai

Jenis Biaya	Jumlah
Biaya Bahan Baku Tidak Langsung	Rp. 233.000
Biaya Listrik, Air, dan Telfon	Rp. 33.000
Biaya Kemasan	Rp. 201.000
Total	Rp. 467.000

Dilihat dari tabel tersebut, jumlah biaya *overhead* mengalami perubahan sebesar Rp. 71.500 yaitu biaya *overhead* pabrik sebelum rekayasa nilai Rp. 538.500 menjadi Rp. 467.000 perhari selama proses produksi.

Tabel 4.18
Biaya *Overhead* Sebelum dan sesudah Rekayasa Nilai

UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi				
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik				
10 November 2021				
Sebelum rekayasa nilai		Setelah rekayasa nilai		Selisih
Jenis Biaya	Jumlah	Jenis Biaya	Jumlah	
Biaya Bahan Baku tidak Langsung	Rp. 277.000	Biaya Bahan Baku tidak Langsung	Rp. 233.000	
Biaya Listrik	Rp. 33.000	Biaya Listrik	Rp. 33.000	
Biaya Kemasan	Rp. 228.500	Biaya Kemasan	Rp. 201.000	
Total	Rp. 538.500	Total	Rp. 467.000	Rp. 71.500

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

Jika UMKM ini menggunakan rekomendasi sebagai alternatif dalam memecahkan permasalahan ini, maka perusahaan mengeluarkan biaya produksi sebesar:

Tabel 4.19
Biaya Produksi Setelah Rekayasa Nilai

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 342.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 146.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 467.000
Total	Rp. 955.000

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

Setelah melakukan rekayasa nilai dalam produksi produk nasi kuning 100 porsi, UMKM Nasi Kuning Nyamanna mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp. Rp. 955.000. Dengan menggunakan metode tradisional biaya produksi yang dikeluarkan UMKM ini sebesar Rp. 1.050.500 dengan selisih biaya produksi Rp. 95.500. berikut tabel perbedaan biaya produksi antara *target costing* dengan metode tradisional pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna:

Tabel 4.20

Selesih Biaya Produksi Antara Metode Tradisional dengan *Target Costing*

Keterangan	Metode		Selisih
	Tradisional	<i>Target Costing</i>	
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 366.000	Rp. 342.000	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 146.000	Rp. 146.000	
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 538.500	Rp. 467.000	
Jumlah	Rp. 1.050.500	Rp. 955.000	Rp. 95.500

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

setelah peneliti melakukan perbandingan biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh UMKM Nasi Kuning Nyamanna, berikut adalah laporan laba rugi sebelum dan sesudah menerapkan *target costing*:

Tabel 4.21
Perbandingan Laporan Laba Rugi Sebelum dan Sesudah *Target Costing*

UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi		
Laporan Laba Rugi		
Periode 10 November 2021		
	<i>Sebelum Target Costing</i>	<i>Setelah Target Costing</i>
Penjualan	Rp. 1.500.000	Rp. 1.500.000
Dikurangi:		
Harga Pokok Penjualan	<u>Rp. 1.050.500</u>	<u>Rp. 955.000</u>
Laba Bersih	Rp. 449.500	Rp. 545.000
Presentase Laba	42%	57%

(sumber: Hasil wawancara tanggal 10 November 2021 bersama Ibu Nadrah)

Setelah peneliti melakukan rekayasa nilai sebagai salah satu tahapan dalam menerapkan *target costing* untuk merancang ulang pengeluaran biaya produksi agar lebih efisien. Dengan demikian, alternatif ini dapat diterapkan dalam meminimalisir pengeluaran biaya produksi dan mampu dijadikan sebagai metode dalam mencapai laba yang diharapkan perusahaan. Akan tetapi, penerapan ini dapat mengurangi ketahanan dari kemasan dan bentuk dari kemasan, yang awalnya kelihatan besar jika diubah dengan ukuran yang disarankan peneliti akan kelihatan lebih kecil.

Setelah dilakukan perbandingan antara sebelum dan sesudah menerapkan *target costing* pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna, terdapat efisiensi biaya produksi produk sebesar Rp. 71.500 dalam satu hari. Sebelum menerapkan *target costing* UMKM Nasi Kuning nyamanna mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp.

1.050.500, dan setelah menerapkan *target costing* UMKM mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp. 955.000. maka dari itu, menerapkan *target costing*, perusahaan dapat meningkatkan laba sebesar 57% yang dimana sebelumnya hanya mendapatkan 42% dari penjualan 100 porsi nasi kuning.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah membahas dan menguraikan sesuai dengan data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa:

Penerapan *target costing* memberikan pengaruh terhadap kenaikan laba yang semula hanya memperoleh laba 42% dapat meningkat menjadi 57% dalam satu hari produksi dan penjualannya. Sebelum menerapkan *target costing*, laba yang dicapai perusahaan hanya sebesar Rp. 449.500 untuk 100 porsi nasi kuning setiap harinya. Sedangkan setelah menerapkan *target costing*, laba yang dicapai meningkat sebesar Rp. 545.000. Dalam menetapkan harga jual produk, peneliti melakukan dengan Analisa harga pasar atau dengan harga pesaing dari UMKM ini, setelah dilakukan perbandingan harga yang di berlakukan oleh UMKM Nasi Kuning Nyamanna lebih ditinggi di beberapa menu, namun harganya tidak berbeda jauh.

Untuk mencapai biaya produksi yang lebih efisien pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna dapat menerapkan metode *target costing*. Dengan cara merekayasa nilai, yaitu meminimalisir pengeluaran berupa beras lahap dengan harga Rp. 55.000 di ganti dengan merek yang sama tetapi dari toko grosir yang berbeda dengan harga Rp. 53.000, ayam potong dengan harga Rp. 34.000 di ganti dengan *supplier* berbeda dengan harga Rp. 35.000, Telur ayam dengan harga Rp. 17.000, minyak goreng dengan harga Rp. 18.000/L ganti dengan merek yang berbeda dengan harga Rp. 16.000/L, bawang merah dengan harga Rp. 26.000/Kg

dan bawang putih dengan harga Rp. 24.000/Kg diganti dengan barang yang sama tetapi dari toko yang berbeda dengan harga Rp. 20.000/Kg, kemasan yang digunakan dengan ukuran 39 cm x 28 cm dengan harga Rp. 350/Lembar diganti dengan merek yang sama tetapi ukuran yang berbeda dengan harga Rp. 340/Lembar, dan stiker yang digunakan bisa diganti dengan ukuran yang berbeda tetapi tidak mempengaruhi tulisan dengan harga Rp. 750/Pcs yang semula Rp. 1.000/Pcs. Setelah menerapkan *target costing* perusahaan dapat menghemat biaya produksi sebesar Rp. 71.500 untuk 100 porsi nasi kuning dalam satu hari. Ketika menggunakan metode tradisional biaya produksi yang harus dikeluarkan perusahaan sebesar Rp. 1.050.500. Sedangkan menggunakan metode *target costing*, perusahaan mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp. 955.000. hal ini menunjukkan bahwa menggunakan *target costing* lebih efisien dibandingkan dengan metode tradisional.

5.2. Saran

Peneliti menyarankan untuk menggunakan metode *target costing* dalam upaya meningkatkan laba dan meminimalisir biaya produksi. Pemilik perlu melakukan evaluasi mengenai biaya produksi yang dikeluarkan melalui beberapa perubahan seperti pembelian bahan baku, yang sebelumnya hanya membeli secara ecer dipasar tradisional, sebaiknya memilih supplier tetap agar bahan baku tidak mengalami kesulitan ketika mengstoknya. Mengingat bahan baku yang digunakan ini sangat tidak konsisten harganya, maka sebaiknya pemilik membeli lebih banyak persediaan ketika harga bahan baku mengalami penurunan. Sehingga ketika bahan

baku yang digunakan mengalami kenaikan tidak mempengaruhi perolehan laba yang diinginkan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahan. (n.d.).
- Blocher, Edward. J, Stout David E., Cokins, Gary.(2011). *Manajemen Biaya Penekanan Strategis (jilid 1, cet. ke-5)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bustami, bastian., Nurlela. (2013). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Chryaty, Clarisa. Wusang, Rudy. J. (2019, Juli). *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada UD. JJ Bakery*. Jurnal EMBA, Vol.7, 3538-3557.
- Juwita,Rukmi dan Satria, M. Rizal.(2017). *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Produk*. Jurnal Kajian Akuntansi, Vol 1, 184-193.
- Kholidah, Dianatul. (2017). *Analisis Penetapan Harga Jual Berbasis Target Costing Dalam Pengembangan Produk Pada PT. Duta Pallandium Development Gresik (tidak dipublikasikan)*. Malang: Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane.(2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Linda, Purna. (2021). *Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Pada Home Industry Keramik Soeharto Malang,Skripsi (tidak dipublikasikan)*. Malang: Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: YKPN.
- Mursyidi. (2010). *Akuntansi Biaya (cetakan Ke-7)*. Bandung: Refika Aditama.
- Musdah Muliah, B. M. (2020, Oktober). *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba (Studi Kasus Pada UD. Bahma Indah Kab. Pinrang)*. Jurnal Ilmu Ekonomi, Vol.3, 146-160.

Mahsunah, Ainiyatul., Hariyati.(2021, Mei). *Peran Peranan Target Costing Dalam Peningkatan Laba*. Jurnal Akuntansi Unesa, Vol.9, No.3.

Prawironegoro, Darsono., Purwanti, Ari (2009). *Akuntansi Manajemen (Edisi Kegita)*. Mitra Wacana Media.

Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen: Informasi untuk Pengembalian Keputusan Manajemen*. Jakarta: PT. Gramedia.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syaifullah. (2016). *Buku Praktis Akuntansi Biaya dan Keuangan*. Jakarta: Penerbit Laskar Grup.

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

<http://genial.id/read-news/pengaruh-covid-terhadap-umkm-di-indonesia>. (n.d.), diakses 28 Juli 2020.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210319/9/1370022/survei-bi-875-persen-umkm-indonesia-terdampak-pandemi-covid-19>, diakses 19 Maret 2021.

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan>, diakses 27 September 2021.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara

Hasil Wawancara

Wawancara ini dilakukan secara langsung dengan pemilik UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi Bersama dengan Ibu Nadrah sebagai pemilik dan bagian produksi. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 10 November 2021 pukul 13.00 WIB bertempat di UMKM Nasi Kuning Nyamann Khas Sulawesi di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang

1. Kapan dan bagaimana usaha ini berdiri?

“awal berdirinya usaha ini pada bulan September 2018. Dulunya usaha ini memiliki 2 owner. Jadi usaha ini hadir karena kami melihat adanya keresahan dari mahasiswa yang berasal dari Sulawesi. Untuk menjawab keresahan ini, kami menghadirkan usaha ini. Kenapa dikatakan khas Sulawesi karena produk yang kami tawarkan itu berasal dari bahan seperti ikan cakalang suir, ayam dan lain sebagainya.”

2. Ada berapa macam produk yang ditawarkan usaha ini?

“jadi kita bagi dalam tiga paket, ada paket original dimana paket ini tidak memiliki tambahan seperti tempe dan mie. Selanjutnya ada special nyamanna, ini termasuk produk yang paling diminati oleh konsumen. dan special nyamanna plus-plus ini bisa dibilang produk premium dari usaha kami”

3. Dalam sehari, berapa produk yang dapat diproduksi?

“jadi dalam sehari itu, kami dapat memproduksi nasi kuning sebanyak 100 porsi, tapi selama pandemi penjualan menurun”

4. Bisa diceritakan, dari awal berdiri hingga saat ini bagaimana cara pemasaran yang digunakan?

“Sebenarnya ada beberapa strategi promosi yang digunakan, tapi ada yang paling sering dilakukan yaitu testimoni dari produk kami. Kami juga memiliki social media Instagram yang menjadi flatform untuk memasarkan produk”

5. Bagaimana cara memperoleh bahan baku untuk proses produksi Nasi Kuning?

“Sekarang ini karena kita memiliki kurir, jadi pekerjaan dari kurir ini yaitu membeli bahan baku yang digunakan. Bahan baku yang digunakan ini dibeli langsung di toko grosir dan di pasar tradisional”

6. Ada berapa jumlah karyawan yang bekerja di UMKM ini?

“kami memiliki 4 tenaga kerja yaitu 2 dari bagian produksi, 1 dari bagian pemasaran dan 1 kurir”

7. **Bagaimana sistem penggajian yang diterapkan di UMKM ini?**
“Di nasi kuning nyamanna itu sendiri, kami menerapkan sistem penggajian itu perbulan, untuk gaji dari karyawan ini dari Rp. 800.000 sampai Rp. 1.000.000”
8. **Dalam memproduksi perlu menggunakan kemasan, untuk kemasannya itu menggunakan apa saja?**
“jadi kami ada packing sendiri, untuk menu dari ori sampai dengan special nyamanna itu menggunakan kertas minyak yang telah di print. Untuk special nyamanna plus-plus itu menggunakan plastik box”
9. **Bagaimana proses produksi untuk menghasilkan produknya?**
“Untuk bahan baku diluar dari santan kelapa parut asli, jadi telah dibeli untuk produksi selama 3 hari. Bahan-bahan ini telah dimasak sebelumnya untuk di masukkan di prezeer box untuk menjaga ketahanan produk”
10. **Bagaimana pencatatan keuangan yang digunakan usaha ini?**
“Jadi kami menggunakan pencatatan semi tradisional, jadi perhitungannya sudah rinci dengan menentukan hpp dan keuntungannya, cuman pencatatan ini belum sempurna”
11. **Bagaimana cara usaha ini menetapkan harga jual?**
“Jadi hpp per produk telah dihitung dan ditentukan, setelah ditemukan, harga jual dinaikkan 100%, tetapi didalam 100% ini telah masuk biaya produksi, biaya karyawan, biaya listrik dan lain-lain. Dari 100% ini kami memperoleh laba sebesar 30%”
12. **Apakah usaha ini memiliki pesaing?**
“Jadi pesaing dari usaha ini banyak, mengingat di malang ini banyak usaha yang sama dengan kami, tetapi ada satu usaha yang menjadi pesaing kami yaitu nasi kuning banjar kindai”
13. **Selama proses produksi, apakah ada permasalahan yang dihadapi?**
“jadi selama produksi tidak terdapat masalah serius, tetapi ada satu hal yang sering terjadi, yaitu bahan baku dari ikan cakalang, mengingat ikan ini susah diperoleh dan biasanya ikan yang dipasaran itu ada sebageaian yang busuk sedangkan kami menggunakan ikan yang segar”
14. **Selama pandemi ini, apakah ada perubahan yang dialami usaha ini?**
“sebelum masa pandemi biasanya memperoleh laba perhari itu sekitar enam ratus ribu rupiah, mungkin sekarang karena masa pandemi jadi penjualan menurun”
15. **Berapa biaya untuk listrik, air, dan telfon?**
“dalam sebulan biaya ini dikeluarkan sekitaran Rp. 1.000.000 dengan penggunaan beberapa alat masak yang menggunakan listrik dan kulkas. Serta air yang digunakan itu dari PDAM”

Lampiran 2 Data Yang Diperoleh

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Tauhid Prawira
TTL : Ujung Pandang, 04 Februari 1999
Universitas : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Jurusan : Akuntansi
Nim : 17520034

Menyatakan bahwa benar nama diatas telah melakukan wawancara dan merekap data sebagai dokumen pendukung dalam penelitian yang sudah dilakukan selama 3 hari yaitu, tanggal 10 November 2021 sampai dengan 13 November 2021 di UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya

Senin, 15 November 2021

Pemilik Usaha



Nadrah Wildan Abdul Malik

REKAP PEMBELIAN BAHAN

10 November 2021 – 13 November 2021

BAHAN BAKU	JUMLAH PEMBELIAN	JUMLAH BARANG	HARGA SATUAN
Elpiji 3 kg	2 unit	2 unit	Rp. 18.000/unit
Minyak Goreng	1 liter	2 liter	Rp. 18.000/L
Santan Kelapa	1 biji kelapa parut	3 biji	Rp. 10.000/biji
Serei	1 ikat	3 ikat	Rp. 5.000/ikat
Daun Salam	1 kantong plastik	2 kantong plastik	Rp. 5.000/kantong plastik
Daun Jeruk	1 kantong plastik	2 kantong plastik	Rp. 5.000/kantong plastik
Kunyit	1 kg	2 kg	Rp. 15.000/kg
Merica	1 gantung isi 12 bungkus	1 gantung	Rp. 10.000/gantung
Garam	1 bungkus 250 gram	1 bungkus	Rp. 5.000/bungkus
Penyedap Rasa	1 bungkus 500 gram	1 bungkus	Rp. 10.000/bungkus
Cabei Rawit	2 kg	6 kg	Rp. 25.000/kg
Tomat	1 kg	3 kg	Rp. 5.000/kg

Cabei Besar	1 kg	3 kg	Rp. 27.000/kg
Bawang Merah	1 kg	2 kg	Rp. 26.000/kg
Bawang Putih	1 kg	2 kg	Rp. 24.000/kg
Beras Lahap	5 kg	15 kg	Rp. 11.000/ kg
Ayam Potong	5 kg	15 kg	Rp. 34.000/ kg
Ikan Cakalang	3 kg	9 kg	Rp. 35.000/ kg
Telur	2 kg	6 kg	Rp. 18.000/ kg

Senin, 15 November 2021

Pemilik usaha



Nadrah Wildan Abdul Malik

LAPORAN LABA RUGI

10 November 2021

UMKM Nasi Kuning Nyamanna Laporan Laba Rugi Periode 10 november 2021		
Penjualan		Rp1.500.000
Dikurangi:		
	Harga Pokok Penjualan	<u>Rp1.050.500</u>
Laba Bersih		Rp.449.500

LAPORAN LABA RUGI

11 November 2021

UMKM Nasi Kuning Nyamanna Laporan Laba Rugi Periode 11 november 2021		
Penjualan		Rp1.200.000
Dikurangi:		
	Harga Pokok Penjualan	<u>Rp1.050.500</u>
Laba Bersih		Rp.149.500

LAPORAN LABA RUGI

12 November 2021

UMKM Nasi Kuning Nyamanna Laporan Laba Rugi Periode 12 november 2021		
Penjualan		Rp1.150.000
Dikurangi:		
	Harga Pokok Penjualan	<u>Rp1.050.500</u>
Laba Bersih		Rp.99.500

LAPORAN LABA RUGI**13 November 2021**

UMKM Nasi Kuning Nyamanna		
Laporan Laba Rugi		
Periode 13 november 2021		
Penjualan		Rp1.300.000
Dikurangi:		
	Harga Pokok Penjualan	<u>Rp1.050.500</u>
Laba Bersih		Rp.249.500

Senin, 15 November 2021

Pemilik Usaha

Nadrah Wildan Abdul Malik

LAMPIRAN 3 OBSERVASI



(Gambar 1)



(Gambar 2)



(Gambar 3)



(Gambar 4)

LAMPIRAN 4 BUKTI KONSULTASI

75

LAMPIRAN 4 BUKTI KONSULTASI

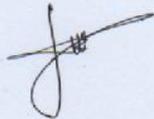
BUKTI KONSULTASI

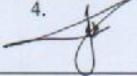
Nama : Muhammad Tauhid Prawira

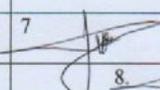
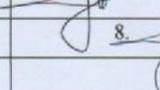
NIM/Jurusan : 17520034/Akuntansi

Pembimbing : Yuliaty, S.Sos., MSA

Judul Skripsi : Penerapan *Target Costing* Dalam Menentukan Harga Jual Guna Meningkatkan Laba Pada Masa Pandemi *Covid-19* (Studi Pada UMKM Nasi Kuning Nyamanna Khas Sulawesi)

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	20/10/2021	Revisi 1 terkait : 1. Penulisan format nomor halaman untuk BAB 1,2,3 ditulis pada tengah halaman. halaman selanjutnya ditulis pada atas kanan. 2. Isi rumusan masalah dijadikan 1 nomor saja, karena rumusan masalah 1 dan 2 tidak ada perbedaan. 3. Daftar pustaka. abjak harus urut, diantara judul diberikan 2 spasi, semua literature harus masuk semua di daftar pustaka termasuk penelitian terdahulu dari 2021-2017.	1. 
2.	25/10/2021	Revisi 2 terkait: 1. cover dan daftar isi lengkap harus dimasukkan dalam proposal skripsi. 2. seluruh literature dan sumber data yang diperoleh dari jurnal maupun dari artikel harus di masukkan di daftar pustaka 3. jika rumusan masalah hanya 1 tidak perlu diberikan nomor atau angka 1, dikosongkan saja. sama halnya dengan tujuan penelitian. jika hanya 1 tujuan masalah maka tidak perlu diberikan nomor atau angka. 4. judul tabel harus disertakan disetiap kolom pada halaman baru, sesuai dengan ketentuan buku pedoman. 5. daftar pustaka dilengkapi	2. 

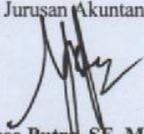
3.	27/10/2021	Revisi 3 terkait: 1. judul skripsi pada cover tidak perlu diberikan tanda kutip. 2. tulisan BAB pada daftar isi jangan dipisahkan antara BAB dengan judul BAB-nya disatukan saja. 3. tulisan dirumusan masalah dan tujuan penelitian diluruskan, jangan menjorok kedalam.	3. 
4.	27/10/2021	ACC Proposal untuk mendaftar ujian sempro	4. 
5.	02/12/2021	Revisi 4 terkait: 1. pada cover, kata proposal diganti dengan skripsi. 2. tentukan 1 harga yang pasti pada daftar harga, karena nantinya harga ini berkaitan dengan pendapatan perusahaan dan akan ditanyakan pendapatan tersebut diperoleh dari mana. 3. jika hanya 1 rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka pada bab 5 kesimpulan dan saran cukup 1 saja untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah dan tujuan penelitian.	5. 
6.	09/12/2021	Revisi 5 terkait: 1. pada daftar isi dilengkapi dengan memasukkan daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, lampiran. 2. pada latar belakang diksi kalimat "dengan demikian, peneliti ingin melakukan penelitian" diganti dengan "berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini berfokus dengan mengambil judul penelitian". 3. judul pada setiap tabel, diberikan 1 spasi saja. 4. sebutkan kutipan wawancara pada setiap pembahasan dan hasil	6. 

		pembahasan yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara. contoh "berdasarkan penelitian pada tanggal bulan tahun bersama dengan bapak/ibu sebagai menyatakan bahwa " 5. terkait biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead harus disertakan data yang diperoleh dari wawancara secara langsung.	
7.	09/12/2021	ACC Skripsi oleh dosen pembimbing untuk mengikuti sidang skripsi	7 
8.	11/01/2022	ACC Skripsi Semua Dosen Penguji	8. 
9.			

Malang, 13 Januari 2022

Mengetahui:

Ketua Jurusan Akuntansi,


Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE, M.Bus., Ak., CA., Ph.D.
NIP. 197606172008012020

LAMPIRAN 5 BIODATA**BIODATA PENELITIAN**

Nama Lengkap : Muhammad Tauhid Prawira
Tempat, tanggal lahir : Ujung Pandang, 04 Februari 1999
Alamat : Perumahan Pratiwi Blok D1 Kabupaten
Maros, Sulawesi Selatan
E-mail : tauhidabang117@gmail.com
Pendidikan Formal
2006-2011 : SD-IT Al-Insyirah Paccerakkang
2011-2014 : SMP Pesantren IMMIM Putra Makassar
2014-2017 : SMA Pesantren IMMIM Putra Makassar
2017- 2021 : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang