

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA  
PENINGKATAN LABA  
(Studi Pada Konveksi Safero *Sportwear* Kota Malang)**

**SKRIPSI**



Oleh

**FAJRIN HAQIQI  
NIM: 15520090**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2022**

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA  
PENINGKATAN LABA  
(Studi Pada Konveksi Safero *Sportwear* Kota Malang)**

**SKRIPSI**

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



Oleh

**FAJRIN HAQIQI  
NIM : 15520090**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

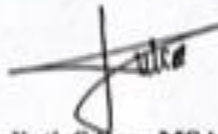
**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA PENINGKATAN  
LABA  
(Studi Pada Konveksi Safero *Sportwear* Kota Malang)**

**SKRIPSI**

Oleh

**FAJRIN HAQIQI**  
NIM : 15520090

Telah disetujui 10 Januari 2021  
Dosen Pembimbing,



**Yuliati, S.Sos., MSA**  
NIP. 19730703 20180201 2 184

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



**Yuniarti Hidayah Suryana Putra, S.E., M.Bus., Ak. CA., Ph.D.**  
NIP. 19760617200801 2 020

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA**  
**PENINGKATAN LABA**  
(Studi pada konveksi safero sportwear kota malang)

**SKRIPSI**

Oleh

**FAJRIN HAQIQI**  
NIM : 15520090

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Dan Dinyatakan Diterima  
Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Akuntansi (S. Akun)

Pada 10 Januari 2021

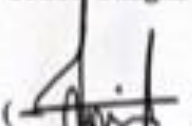
**Susunan Dewan Penguji:**

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

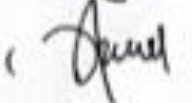
Dosen Pembimbing/Sekretaris  
Yuliati, S. Sos., MSA  
NIP. 19730703 201802012 184

Penguji Utama  
Ulfi Kartika Oktaviana, SE., Ak, M.Ec  
NIP. 19761019 200801 2 011

**Tanda Tangan**

(  )

(  )

(  )

Disahkan Oleh:

Ketua Jurusan,



  
Yuniarti Hidayah Suyosa, S.E., M.Bus., Ak. CA., Ph.D.  
NIP. 19760617200801 2 020

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fajrin Haqiqi

NIM : 15520090

Fakultas : Ekonomi/ Akuntansi

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

PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA PENINGKATAN LABA

(Studi Kasus Pada Konveksi Safero *Sportwear* Kota Malang)

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

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

Malang, 22 Maret 2021

Hormat saya



Fajrin Haqiqi

NIM: 15520090

## **PERSEMBAHAN**

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.

Saya sebagai peneliti sangat bersyukur sekali terhadap Allah SWT yang telah memberikan rahmat kemudahan, kelancaran, kesabaran, dan kekuatan kepada saya di setiap langkah dalam penyelesaian Skripsi ini. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi besar kita Muhammad SAW yang telah membimbing kita untuk menjadi hamba Allah yang selalu berusaha dan bersyukur serta tidak mudah putus asa.

Buku Skripsi yang berjudul “Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Pada Konveksi Safero *Sportwear* Kota Malang)”

ini saya persembahkan untuk:

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

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

Bapak Impatri dan Ibu Mardhiah Spd.i Sebagai orang tua saya yang selalu mendo'akan dan senantiasa memberikan harapan motivasi untuk terus berjuang kepada saya. Seluruh Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya untuk terus melangkah maju dan pantang menyerah  
Semoga Allah SWT senantiasa memberikan lindungan dan menjaga mereka dalam naunganNya amin.

## MOTTO

تَرْجُو النِّجَاةَ وَلَمْ تَسْأَلْ مَسَالِكَهَا

إِنَّ السَّيْفِيْنَ لَا تَجْرِي عَلَى الْيَبَسِ

**Engkau berharap sukses, berhasil, namun tak menempuh jalannya. Ketahuilah, tak ada kapal yang bisa berlayar di atas daratan kering.**

بَلَىٰ ۗ إِن تَصْبِرُوا وَتَتَّقُوا وَيَأْتُوكُم مِّن فَوْرِهِمْ هَٰذَا يُمْدِدْكُمْ رَبُّكُمْ  
بِخَمْسَةِ ۖ أَلْفٍ مِّنَ الْمَلَائِكَةِ مُسَوِّمِينَ

**Ya (cukup), jika kamu bersabar dan bersiap-siaga, dan mereka datang menyerang kamu dengan seketika itu juga, niscaya Allah menolong kamu dengan lima ribu Malaikat yang memakai tanda.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah senantiasa sebagai penulis memanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala limpahan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Peningkatan Laba (Studi Pada Konveksi Safero *Sportwear* Kota Malang)”. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

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

1. Kedua Orang tua saya, Bapak Impatri dan Ibu Marhiah Spd.i yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat, motivasi, serta dukungan yang tak pernah putus.
2. Bapak Prof. Dr. H.M. Zainuddin, MA. selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.EI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik IbrahimMalang.
4. Ibu Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, S.E., M.Bus., Ak. CA., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Maulana Malik IbrahimMalang.
5. Yuliati, S.Sos., MSA. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang ikhlas meluangkan waktunya dan selalu memberi bimbingan terbaik untuk penulis.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang selama ini telah memberikan banyak ilmu semoga Allah memberikan pahalanya yang sepadan kepada beliau.



7. Staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang atas partisipasinya dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh komponen karyawan Safero *Sportwear* yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi.
9. Fathurrahman S.T sebagai selaku owner konveksi Safero*Sportwear* Kota Malang.
10. Berbagai teman diantaranya Fajar Dewantoro, Ibrahim Elbaghdady, Eko Purwanto, Thorik Abadi dan Fadhlan yang sudah meluangkan waktunya membantu dan mendukung dalam menyelesaikan tugas akhir dan terimakasih sudah mengajarkan saya bahwa untuk selalu menolong teman disaat kesusahan walaupun kita sendiri diposisi butuh bantuan.
11. Teman-teman Jurusan Akuntansi angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

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

Malang, 22 Maret 2021

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xv
<b>المخلص</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kajian Teoritis .....	15
2.2.1 Pengertian Biaya .....	15
2.2.2 Klasifikasi Biaya .....	16
2.2.3 Penetapan Harga Jual .....	17
2.2.3.1 Pengertian Harga Jual .....	17
2.2.3.2 Tujuan Penetapan Harga .....	19
2.2.3.3 Faktor-faktor Penetapan Harga .....	20
2.2.3.4 Metode Penetapan Harga .....	21
2.2.4 <i>Target Costing</i> .....	22
2.2.4.1 Pengertian <i>Target Costing</i> .....	22
2.2.4.2 Prinsip <i>Target Costing</i> .....	23
2.2.4.3 Kelebihan Dan Kekurangan <i>Target Costing</i> .....	24
2.2.4.4 Peranan Penting <i>Target Costing</i> .....	25
2.2.4.5 Implementasi <i>Target Costing</i> .....	26
2.2.5 Kajian Islam .....	28
2.3 Kerangka Berfikir .....	31

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	33
3.2 Lokasi Penelitian .....	33
3.3 Subyek Penelitian .....	34
3.4 Data dan Jenis Data .....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Analisis Data .....	37
<b>BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>	
4.1 Paparan Data .....	40
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	40
4.1.2 Lokasi Perusahaan .....	41
4.1.3 Strategi, Visi Dan Misi.....	42
4.1.4 Struktur Organisasi .....	43
4.1.5 Tugas Dan Wewenang .....	44
4.1.6 Kegiatan Dan Usaha.....	47
4.1.7 Peta Pemasaran .....	48
4.1.8 Proses Perencanaan Produksi .....	49
4.1.9 Biaya-Biaya Yang Dikeluarkan Perusahaan .....	56
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	59
4.2.1 Rincian Biaya Produksi Jersey .....	59
4.2.1.1 Biaya Bahan Baku .....	59
4.2.1.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung .....	60
4.2.1.3 Biaya Overhead Pabrik .....	61
4.2.2 Perhitungan Biaya Produksi .....	63
4.2.3 Penerapan <i>Target Costing</i> .....	66
4.2.3.1 Analisis Biaya.....	67
4.2.3.2 Target Laba .....	70
4.2.3.3 Menentukan <i>Target Costing</i> .....	70
4.2.3.4 Melakukan <i>Value Engineering</i> .....	71
4.3 Implikasi Penelitian .....	79
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	83
<b>LAMPIRAN</b> .....	85

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 4.1 Biaya Bahan Baku .....	56
Tabel 4.2 Kuantitas Penjahit Freelance Yang Digunakan Dalam Produksi.....	57
Tabel 4.3 Daftar Biaya Bahan Baku Jersey Paket D .....	60
Tabel 4.4 Daftar Biaya Tenaga Kerja Langsung .....	60
Tabel 4.5 Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung .....	62
Tabel 4.6 Biaya Kemasan Produk .....	62
Tabel 4.7 Total Biaya Overhead Pabrik Untuk 60 Jersey .....	63
Tabel 4.8 Biaya Produksi Jersey.....	65
Tabel 4.9 Laporan Laba Rugi Sebelum <i>Target Costing</i> .....	65
Tabel 4.10 Harga Produk Jersey Pada Dua Kompetitor .....	68
Tabel 4.11 Sebelum Rekayasa Nilai Pembelian Kain Dryfit .....	72
Tabel 4.12 Setelah Rekayasa Nilai Pembelian Kain Dryfit .....	73
Tabel 4.13 Rekayasa Nilai Upah Penjahit.....	74
Tabel 4.14 Setelah Rekayasa Nilai Biaya Pengemasan .....	75
Tabel 4.15 Biaya Overhead Perusahaan Setelah Mengalami Rekayasa Nilai .....	75
Tabel 4.16 Biaya Produksi Jersey Setelah <i>Target Costing</i> .....	76
Tabel 4.17 Selisih Biaya Produksi Sebelum Dan Sesudah Metode <i>Target Costing</i> .....	77
Tabel 4.18 Perbedaan Laba Sebelum Dan Sesudah Metode <i>Target Costing</i> .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Berfikir .....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Safero <i>Sportwear</i> .....	44

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Bukti Penelitian
Lampiran 2	Biodata Penulis
Lampiran 3	Daftar Wawancara
Lampiran 4	Surat Balasan Perusahaan

## ABSTRAK

Haqiqi, Fajrin. 2021, SKRIPSI, Judul: “Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Peningkatan Laba Perusahaan (Study Pada Konveksi Safero *Sportwear* Kota Malang)”

Pembimbing: Yuliati, S.Sos., MSA

KataKunci: *Target Costing*, *value engineering*, target laba

---

*Target Costing* adalah strategi pengelolaan biaya perencanaan untuk mengurangi biaya. Metode ini dilakukan dengan cara melakukan *value engineering* atau penghapusan biaya yang kurang efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan target costing dalam upaya peningkatan laba yang akan ditargetkan perusahaan apabila metode ini efektif mengurangi biaya produksi, sehingga dapat membantu perusahaan dalam perencanaan untuk meningkatkan laba.

Jenis penelitian adalah kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Objek penelitian adalah Safero *Sportwear* Kota Malang. Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan cara menganalisis proses produksi, menganalisis harga produk dengan pesaing dan mengimplementasi metode *Target Costing*.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa usaha Safero *Sportwear* dapat meningkatkan laba dengan menerapkan metode *Target Costing*. Penerapan *Target Costing* dilakukan dengan melalui proses rekayasa nilai (*value engineering*) yang terdiri dari tahapan pembelian bahan baku kain Dryfit dengan membeli di supplier lain, pembelian kuantitas bahan baku yang lebih murah, mengurangi biaya kemasan dan biaya gaji tenaga kerja langsung. Melalui proses tersebut, perusahaan penghematan biaya sebesar Rp.6.338.000 yang sebelumnya sebesar Rp.6.890.500 untuk produksi jersey . Dengan penghematan tersebut, perusahaan mampu untuk mencapai laba penjualan yang diinginkan sebesar 29%, dari sebelumnya yang hanya mampu mendapatkan laba penjualan sebesar 24%.

## ABSTRACT

Haqiqi, Fajrin. 2021, *Thesis, Title: "Implementation of Target Costing In an Effort to Increase Company Profits (Study on Safero Sportwear Convection Malang city)"*

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

*Keywords* : *Target Costing, value engineering, target profit*

---

*Target Costing is a planning cost management strategy to reduce costs. This method is done by doing value engineering or eliminating costs that are less efficient. This study aims to apply target costing in an effort to increase profits that will be targeted by the company if this method is effective in reducing production costs, so that it can help companies in planning to increase profits.*

*This type of research is qualitative using descriptive analysis. The research object is the Safero Sportwear Malang City. The data analysis technique used is by analyzing the production process, analyzing product prices with competitors and implementing the Target Costing method.*

*The results of the study indicate that the Safero Sportwear business can increase profits by applying the Target Costing method. The application of Target Costing is carried out through a value engineering process which consists of the stages of purchasing Dryfit raw materials by purchasing from other suppliers, purchasing cheaper raw material quantities, reducing packaging costs and direct labor salary costs. Through this process, the company saved Rp. 6,338,000 in costs from Rp. 6,890,500 for jersey production. With these savings, the company was able to achieve the desired sales profit of 29%, from previously being only able to get a sales profit of 24%.*



## المخلص

حقيقي، فجرين. 2021 ، الرسالة، العنوان: "تطبيق التكلفة المستهدفة في الجهود

زيادة في أرباح الشركة" (دراسة حالة على "Malang City Safero Sportwear Convection)

المستشار: يولياني، MSA.,S.Sos

الكلمات الرئيسية: التكلفة المستهدفة، هندسة القيمة، الربح المستهدف

التكلفة المستهدفة هي استراتيجية إدارة تكلفة التخطيط لتقليل التكاليف. تتم هذه الطريقة عن طريق القيام بهندسة القيمة أو التخلص من التكاليف الأقل كفاءة. تهدف هذه الدراسة إلى تطبيق التكلفة المستهدفة في محاولة لزيادة الأرباح التي ستستهدفها الشركة إذا كانت هذه الطريقة فعالة في خفض تكاليف الإنتاج ، بحيث يمكن أن تساعد الشركات في التخطيط لزيادة الأرباح.

هذا النوع من البحث نوعي باستخدام التحليل الوصفي. هدف البحث هو *Safero Sportwear* Malang City. تتمثل تقنية تحليل البيانات المستخدمة في تحليل عملية الإنتاج وتحليل أسعار المنتجات مع المنافسين وتنفيذ طريقة التكلفة المستهدفة.

تشير نتائج الدراسة إلى أن أعمال *Safero Sportwear* يمكنها زيادة الأرباح من خلال التطبيق طريقة التكلفة المستهدفة. يتم تنفيذ تطبيق التكلفة المستهدفة من خلال العملية هندسة القيمة التبتك ونموها لشراء المواد الخام-Dryfit عن طريق الشراء من الموردين الآخرين، وشراء كميات أقل من المواد الخام، و تقليل تكاليف التعبئة والتغليف وتكاليف رواتب العمالة المباشرة. من خلال هذه العملية، وفرت الشركة 6338000 روبية في التكاليف من 6890500 روبية لإنتاج القمصان. بفضل هذا المدخرات، تمكنت الشركة من تحقيق ربح المبيعات المطلوبة بنسبة 29٪ ، بعد أن كانت في السابق قادرة فقط على تحقيق ربح مبيع ات بنسبة 24 ٪ .

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kota Malang dikenal sebagai Kota Pendidikan, karena memiliki sejumlah perguruan tinggi ternama. Sebagai kota pendidikan, banyak mahasiswa berasal dari luar Malang yang kemudian menetap di Malang dari berbagai wilayah Indonesia seperti dari pulau Sumatera, pulau Jawa, pulau Kalimantan, pulau Sulawesi dan pulau-pulau lainnya di wilayah bagian timurdan juga bahkan dari luar negeri sekalipun. Berikut ini beberapa nama-nama perguruan tinggi di Malang yang masuk dalam ranking: Universitas Brawijaya (UB), Universitas Negeri Malang (UM), Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malik Ibrahim), Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), Universitas Merdeka Malang (UNMER) dan masih banyak lagi. ([www.malangtimes.com](http://www.malangtimes.com)). Masih banyak lagi tentunya kampus yang benar-benar mumpuni untuk menempuh bangku perkuliahan di Kota Malang ini selain kampus-kampus yang sudah disebutkan diatas.

Tentunya sebagai Kota pendidikan pesanan atribut seragam baik formal maupun non formal sangatlah pesat hal ini membuat peluang usaha konveksi juga berkembang dengan sangat pesat di Kota Malang. Sehingga Perusahaan konveksi yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus mampu menghasilkan produksi yang tinggi dengan kualitas yang baik. Hasil produksi yang tinggi akan tercapai apabila perusahaan memiliki efisiensi produksi yang tinggi. Akan tetapi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi ini tidak mudah,

karena banyak faktor yang mempengaruhinya, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain tenaga kerja, bahan baku, mesin, metode produksi dan pasar.

Di era pandemi covid 19 ini perusahaan-perusahaan sangat berpengaruh sekali terhadap sektor peningkatan labanya dikarenakan merosotnya daya minat pelanggan maupun konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Terutama dalam bidang konveksi karena sebagian besar produk yang dihasilkan dipergunakan untuk acara yang bersifat keramaian, maka dari itu minat para konsumen semakin berkurang. Adanya fenomena ini menjadi salah satu sebab peneliti ingin menggunakan metode *Target Costing* sebagai upaya dalam peningkatan laba perusahaan agar bisa bertahan maupun berkembang kedepannya. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada *owner* perusahaan pada tanggal 10 Maret 2021 dengan keterangan sebagai berikut:

“Sangat berpengaruh sekali diawal pandemi, sangat signifikan dikarenakan produk yang dijual berkaitan dengan kegiatan keramaian, tapi kemarin buat inovasi untuk fokus digital marketing, sama market yang tidak mati dikala pandemi, seperti jersey gowes, baju olahraga yang sifatnya sendiri, perbandingan dengan kompetitor, kita membuat inovasi dengan menerima pembuatan satuan kilo sedangkan kompetitor masih jarang bahkan hampir tidak ada yang menerima pengerjaan satuan sama estimasi waktu yang pengerjaan lebih cepat daripada kompetitor”

Agar dapat bersaing dalam pasar saat ini, perusahaan harus dapat menciptakan suatu produk baik barang maupun jasa yang harganya lebih rendah atau harganya sama dengan harga yang ditawarkan para pesaingnya. Untuk dapat memperoleh produk seperti itu, perusahaan harus berusaha mengurangi biaya yang harus dikeluarkan pada proses produksinya. Konsep *Target Costing* sangat sesuai sejalan dengan meningkatnya persaingan serta tingkat penawaran yang jauh

melampaui tingkat permintaan, maka kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. Untuk itulah diperlukan *Target Costing* untuk dapat mencapai tujuan perusahaan dalam rangka pengurangan biaya (*cost reduction*), yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif.

Umumnya perusahaan beroperasi dengan mengembangkan dan memproduksi barang atau jasa terlebih dahulu. Kemudian mulai menghitung biaya yang dikeluarkan untuk jenis produksi tersebut dan menetapkan harga jual bagi produknya, setelah itu produk siap dipasarkan. Namun dalam metode *Target Costing*, proses yang terjadi justru sebaliknya. Setelah perusahaan mengetahui harga yang akan dikenakan terhadap produknya, kemudian perusahaan mulai mengembangkan produknya yang dapat dipasarkan secara menguntungkan pada tingkat harga yang telah ditetapkan sebelumnya.

Rudianto (2013, 145) menyatakan bahwa *Target Costing* adalah metode penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar yang kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan. *Target Costing* digunakan selama tahap perencanaan dan menuntun dalam pemilihan produk dan proses desain yang akan menghasilkan suatu produk yang dapat diproduksi pada biaya yang diijinkan pada suatu tingkat laba yang dapat diterima serta memberikan perkiraan harga pasar produk, volume penjualan dan tingkat fungsionalitas. Diatas semua itu, *Target Costing* merupakan alat yang memperhatikan dan memfasilitasi komunikasi antar anggota dari *cross-functional*

*team* yang bertanggung jawab pada desain produk. *Target Costing* lebih ke arah *customer oriented*, semuanya ditentukan oleh konsumen dari harga, kualitas dan fungsi yang dibutuhkan oleh konsumen (Robert S.Kaplan dan A.A. Atkinson, 2013 : 224).

Pada penelitian Purwaningsari (2015) yang meneliti tentang penentuan Harga Jual Berbasis *Target Costing*. Analisis data yang dilakukan adalah menelaah penelitian terdahulu, studi pustaka, dan implementasi *Target Costing* yaitu dengan menentukan harga jual, laba yang diinginkan, menurunkan biaya produksi, margin kontribusi dan *kaizen costing*. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *Target Costing* dapat digunakan sebagai penentuan harga jual Wisma Pengadengan Sejahtera IV. Dengan *Target Costing* tersebut CV Khatara Konstruksi biasa menurunkan harga jual rumah type 36/72 menjadi Rp116.000.000 dan dapat menurunkan biaya produksi sebesar Rp90.000.636. Sedangkan untuk rumah type 45/84 harga jual dapat diturunkan menjadi Rp155.000.000 dengan penurunan biaya produksi sebesar Rp 108.180.123. Penjualan rumah type 36/72 memberikan margin kontribusi sebesar Rp 519.987.280, dan untuk rumah type 45/84 sebesar Rp 93.639.754.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama melakukan analisis *Target Costing* pada suatu perusahaan. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada objek penelitian dan variabel-variabel yang digunakan untuk mencapai *Target Costing* atau *Value Engineering* (rekayasa nilai) dimana penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Purwaningsari (2015) menggunakan implementasi sebagai tahapan

untuk mencapai (*Target Costing*). Penelitian yang akan dilakukan adalah memfokuskan pada penentuan harga jual dengan menggunakan metode *Target Costing* sehingga dapat menghasilkan harga jual baru yang lebih kompeten lagi dipasaran. Objek penelitian ini adalah Safero *Sportwear* yakni usaha dalam bidang konveksi yang menghasilkan pakaian olahraga sebagai produknya. Keterbaharuan dari penelitian ini adalah objek yang diteliti oleh peneliti masih menerapkan metode tradisional dalam penekanan biaya maka dari itu dengan menerapkan metode *Target Costing* untuk meningkatkan laba dengan upaya menekankan pengurangan biaya pada produksi sehingga laba pada perusahaan makin membaik.

Safero *Sportwear* Kota Malang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang Konveksi. Kantor pusat perusahaan ini berlokasi di Jl. Raya Sengkaling, Gang Sidodadi No. 9, Dau, Sengkaling, Malang. Alasan pemilihan perusahaan Safero *Sportwear* Kota Malang sebagai obyek penelitian karena penentuan harga jual produk masih menggunakan sistem tradisional dan juga dilihat dari penelitian sebelumnya belum ada yang meneliti dengan metode target costing pada objek konveksi, yaitu menentukan harga jual selain dari biaya produksi juga perbandingan harga dengan kompetitor lain.

Dengan melihat praktek perusahaan dalam menentukan harga jual produk. Oleh karena itu penulis ingin membandingkan apakah lebih menguntungkan menggunakan metode *Target Costing* sebagai upaya peningkatan laba perusahaan atau metode yang telah diterapkan perusahaan Safero *Sportwear* sebelumnya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di paparkan penulis diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: bagaimana cara menerapkan metode *Target Costing* pada perusahaan sebagai upaya untuk mengurangi biaya produksi sehingga dapat meningkatkan laba pada Safero *Sportwear* Kota Malang ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui penerapan *Target Costing* untuk meningkatkan laba di Konveksi Safero *Sportwear* kota Malang.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dijelaskan diatas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dengan baik untuk berbagai pihak yang terkait diantaranya sebagai berikut.

### a. Manfaat teoritis

Dalam penelitian semoga dapat memberikan pendalaman terhadap ilmu akuntansi khususnya dalam pendalaman teori metode *Target Costing*.

### b. Manfaat praktis

#### 1. Bagi perusahaan

Sebagai donatur pemikiran bagi usaha Konveksi Safero *Sportwear* dalam menekan biaya dan juga memberikan manfaat yang baik bagi konveksi-konveksi maupun usaha –usaha yang lainnya.

## 2. Bagi akademik

Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang juga membahas tentang metode *Target Costing* dalam meningkatkan laba pada usaha konveksi maupun usaha-usaha yang lainnya.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

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

1. Clarissa Christy Wuysang dkk (2019) "*Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Untuk Peningkatan Laba Kotorpada UD. JJ Bakery*". Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui dampak penerapan *Target Costing* dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk peningkatan laba kotor. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian yaitu perhitungan *Target Costing* pada UD. JJ Bakery bahwa ada efisiensi ketika perusahaan sebelum menggunakan metode *Target Costing* laba kotor sebesar Rp. 230.128.704 dengan menggunakan metode *Target Costing* laba kotor menjadi meningkat sebesar Rp. 234.601.536. Jadi, selisih peningkatan laba kotor adalah sebesar Rp. 4.472.832. Saran sebaiknya perusahaan harus menerapkan metode *Target Costing* karena dengan menggunakan metode *Target Costing* laba kotor yang diharapkan lebih efisien.
2. Anggreini Merry Sumakul dkk (2018) "*Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada Cv.Verel Tri Putra Mandiri*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Pelaksanaan *Target Costing* cukup berpengaruh sebagai salah satu upaya pengendalian biaya produksi di CV.Verel Tri Putra Mandiri. Hasilnya

menunjukkan bahwa dengan penerapan *Target Costing* di CV. Verel Tri Putra Mandiri dalam pengendalian biaya produksi adalah terbukti lebih baik dibandingkan dengan metode yang digunakan perusahaan selama ini. Oleh karena itu, Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebaiknya perusahaan menggunakan metode *Target Costing* agar biaya produksi lebih hemat dan jadi untung atau lagi yang mana keinginan perusahaan untuk mencapainya kemungkinan besar akan berhasil.

3. Khasanah Rosiatul Dkk (2017) "*Analisis Penerapan Metode Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Memaksimalkan Laba Pada Pada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka*". Penelitian ini bertujuan membantu perusahaan dalam menekan biaya produksi dengan metode *Target Costing*. Dengan mendesain ulang biaya-biaya dan tanpa mengurangi kualitas dari produk tersebut, maka perusahaan dapat memperoleh laba yang maksimal dari harga jual per unit produk. Perusahaan juga dapat mengurangi pemborosan-pemborosan dan bisa melakukan penghematan sebelum produk akan diproduksi. Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka di Salatiga adalah salah satu perusahaan yang memproduksi kecap. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penerapan metode *Target Costing* dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi di Perusahaan Kecap Kuda Kaloka. Perusahaan dapat memperoleh laba diatas laba yang perusahaan inginkan. Perusahaan juga

harus lebih meningkatkan pengawasan terhadap pengeluaran biaya-biaya produksi maupun non produksi.

4. Nurul Ikhsan Arifin Dkk (2016) "*Analisis Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery*". Tujuan penelitian ini bagaimana pendekatan *Target Costing* dapat dijadikan alat bantu dalam upaya pengurangan Biaya produksi untuk peningkatan Laba kotor. *Target Costing* adalah metode pengurangan biaya produksi berdasarkan harga jual dan laba yang diharapkan. Jenis Penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *Target Costing* sangat efisien untuk diterapkan dalam perhitungan biaya produksi di Mandala Bakery, karena berdasarkan perbandingan biaya produksi dan laba kotor yang di dapatkan dengan menggunakan *Target Costing* dan tanpa *Target Costing*.
5. Purwaningsari (2015) "*Analisis penentuan Harga Jual Berbasis Target Costing Studi Kasus Pada CV Khatara Konstruksi Kraksaan Probolinggo*". Obyek penelitian ini adalah Perumahan Wisma Pengadengan Sejahtera IV type rumah 36/72 dan 45/84. Analisis data yang dilakukan adalah menelaah penelitian terdahulu, studi pustaka, dan implementasi *Target Costing* yaitu dengan menentukan harga jual, laba yang diinginkan, rekayasa nilai, menurunkan biaya produksi, margin kontribusi dan kaizen costing. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa

*Target Costing* dapat digunakan sebagai penentuan harga jual Wisma Pengadengan Sejahtera IV. Dengan *Target Costing* tersebut CV Khatara Konstruksi biasa menurunkan harga jual rumah type 36/72 menjadi Rp116.000.000 dan dapat menurunkan biaya produksi sebesar Rp90.000.636. Sedangkan untuk rumah type 45/84 harga jual dapat diturunkan menjadi Rp155.000.000 dengan penurunan biaya produksi sebesar Rp 108.180.123. Penjualan rumah type 36/72 memberikan margin kontribusi sebesar Rp 519.987.280, dan untuk rumah type 45/84 sebesar Rp 93.639.754.

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

No	Nama dan Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Clarisa Christy Wuysang dkk. 2019	Penerapan <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Efisiensi Biaya Untuk Peningkatan Laba Kotor	Kualitatif deskriptif	Sejak Penggunaan metode <i>Target Costing</i> dimulai terus mengalami perubahan yang fluktuatif di tahun 2019 perusahaan awal menggunakan <i>Target Costing</i> berhasil meningkatkan laba kotor sebesar Rp. 4.472.832

*Lanjut ke halaman berikutnya*

No	Nama dan Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
2	Anggreini Merry Sumakul Dkk, 2018	Analisis Penerapan <i>Target Costing</i> Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi	Kualitatif deskriptif	Setelah menerapkan metode <i>Target Costing</i> telah diketahui bahwa biaya dan jumlah total biaya produksi yang dikeluarkan pada sebelumnya sebesar Rp 13.269.000 dapat ditekan hingga menjadi Rp 12.765.000 sehingga penerapan <i>Target Costing</i> menjadi penerapan yang baik bagi perusahaan
3	Khasanah Rosiatul Dkk, 2017	Analisis penerapan metode <i>Target Costing</i> dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk memaksimalkan laba	Kualitatif deskriptif	<i>Target Costing</i> menurunkan biaya yang dikeluarkan perusahaan sebelumnya untuk kecap kuda terbang botol kecil yang semula Rp. 3.781,24 menjadi 3.584,75 dan meningkatkan laba perusahaan sebesar 15% yang sebelumnya dibawah 15%

Lanjut ke halaman berikutnya

No	Nama dan Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
4	Nurul Ikhsan Arifin Dkk, 2016	Analisis <i>Target Costing</i> Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery	Kualitatif deskriptif	Perbedaan jumlah total biaya yang dikeluarkan perusahaan sebelum dan sesudah menggunakan metode <i>Target Costing</i> adalah Rp. 302.592.000 dapat ditekan menjadi Rp. 299.064.000 dan laba yang diperoleh meningkat yang sebelumnya Rp. 218.208.000 menjadi Rp. 221.736,000
5	Purwaningsari, 2015	Analisis penentuan Harga Jual Berbasis <i>Target Costing</i> studi kasus pada CV Khatara Konstruksi Kraksaan Probolinggo	Kualitatif deskriptif	Penerapan metode <i>Target Costing</i> menurunkan harga jual rumah type 45/84 sebesar Rp. 155.000.000 dan menghasilkan laba sebesar Rp.108.810.272

(data diolah oleh Peneliti)

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dipaparkan di atas mempunyai persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaan diantara kelima penelitian ini adalah sama sama menggunakan *Target Costing* dalam metode analisis dan fokus pada peningkatan laba.

Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada fokus penelitian dimana salah satu penelitian hanya fokus pada peningkatan laba perusahaan kemudian salah satu penelitian menggunakan *Target Costing* untuk penentuan harga jual, kemudian salah satu hasil penelitian membuat laba perusahaan menjadi kecil karena memiliki perbedaan dalam penentuan harga jual yaitu menggunakan harga pesaing dan perbedaan lainnya adalah objek penelitian yaitu di usaha kue, konstruksi, usaha roti dan usaha pengolahan kedelai dan kecap. Objek yang diteliti oleh peneliti ini masih menerapkan metode tradisional dalam penekanan biaya maka dari itu keterbaruan penelitian ini dari penelitian yang sebelumnya adalah dengan menerapkan metode *Target Costing* untuk meningkatkan meningkatkan laba dengan upaya menekankan pengurangan biaya pada produksi sehingga laba pada perusahaan makin membaik.

## **2.2. Kajian Teoritis**

### **2.2.1 Pengertian Biaya**

Pengertian biaya dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Mengemukakan biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang

telah terjadi, sedang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 2015).

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

### 2.2.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya diperlukan untuk menyampaikan dan menyajikan data biaya agar berguna bagi manajemen dalam mencapai berbagai tujuannya. Sebelum menghimpun dan mengalokasikan biaya dengan baik. Philip Kotler dan Keller (2011) mengungkapkan bahwa biaya pada umumnya akan menghasilkan klasifikasi tiap pengeluaran sebagai biaya tetap, biaya variabel atau biaya semi variabel, berikut ini penjelasan lebih rinci tentang klasifikasi biaya.

#### a. Biaya Tetap

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



## b. Biaya Variabel

Merupakan biaya yang akan meningkat secara proporsional terhadap meningkatnya aktivitas dan juga akan menurun secara proporsional sesuai menurunnya aktivitas. Biaya biaya yang masuk dalam biaya variabel yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, tenaga kerja tidak langsung, beberapa perlengkapan. Menurut Mulyadi (2012) dalam hubungannya dengan biaya yang dibiayai, dapat digolongkan menjadi dua golongan yaitu :

- a) Biaya langsung (*direct cost*) yaitu biaya yang terjadi, dan disebabkan karena terdapat sesuatu yang dibiayai.
- b) Biaya tidak langsung (*indirect cost*) merupakan biaya yang tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung yang berkaitan dengan produk disebut dengan biaya overhead pabrik.

### 2.2.3. Penetapan Harga Jual

#### 2.2.3.1. Pengertian Harga Jual

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

Namun harga jual memiliki persoalan rumit yang akan dihadapi oleh manajemen perusahaan adalah menetapkan harga jual produknya, karena

hak tersebut memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Harga jual yang tinggi akan memberikan dampak konsumen tidak akan atau mengurai pembelian produknya, namun apabila harga jual produk terlalu rendah maka perusahaan tidak akan mendapatkan laba atau pendapatan yang cukup (Rudianto, 2013).

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

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.

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

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

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

dan dalam penentuan harga jual harus berdasarkan kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli agar tidak ada salah satu pihak yang dirugikan.

#### 2.2.3.2. Tujuan Penetapan Harga

Harini (2008), terdapat lima tujuan utama untuk menetapkan harga, antara lain:

1. Mencapai Penghasilan atas Investasi

Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya dan untuk mencapainya diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkannya.

2. Kestabilan Harga

Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian harga diarahkan terutama untuk mencegah terjadinya perang harga, khususnya bila menghadapi permintaan yang sedang menurun.

3. Mempertahankan atau Meningkatkan Bagian dalam Pasar

Jika perusahaan telah mendapatkan pangsa pasar yang luas, mereka harus berusaha mempertahankannya atau justru mengembangkannya. Untuk itu kebijaksanaan dalam penetapan harga jangan sampai merugikan bisnis.

4. Menghadapi atau Mencegah Persaingan

Jika perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga berapa mereka akan menetapkan penjualan. Ini

artinya, perusahaan belum memiliki tujuan dalam menetapkan harga coba-coba tersebut.

#### 5. Memaksimalkan Laba

Tujuan ini biasanya menjadi acuan setiap bisnis untuk bertahan hidup, karena setiap bisnis memerlukan laba.

#### 2.2.3.3.Faktor-faktor Penentuan Harga

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

1. Laba yang akan diinginkan. Didalam kaitannya dengan jumlah laba, penetapan harga mempertimbangkan kecukupan tentang pengendalian modal, kebutuhan laba untuk membayar deviden, dan kebutuhan laba untuk kemajuan perusahaan dari hasil penjualan tersebut, dan juga tren penjualan yang diinginkan.
2. Faktor biaya. Pengaruh dari biaya tetap dan biaya variabel, pembebanan biaya bersama pada tiap jenis produk.
3. Faktor dari luar perusahaan. Faktor yang perlu untuk dipertimbangkan adalah tentang elastisitas permintaan, tingkat persaingan dan elastisitas permintaan. Bagi produk khusus, faktor non-ekonomi seperti perundang undangan yang relevan juga perlu diperhitungkan sebagai faktor eksternal untuk penetapan harga.
4. Faktor produk. Pencakupan faktor ini mencakup tentang realisasi volume penjualan yang telah direncanakan, ketersediaan kapasitas yang

menganggur, diskriminasi tentang harga, kelayakan meningkatkan harga yang diinginkan.

#### 2.2.3.4. Metode Penetapan Harga

Kebanyakan perusahaan akan memilih satu atau lebih dari tiga tentang pertimbangan ini. Menurut Mulyadi (2001), terdapat empat metode penentuan harga:

- a. Normal Pricing Metode ini sering disebut cost plus pricing karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu presentase mark up (tambahan di atas jumlah biaya) yang dihitung dengan cara:  $\text{Harga Jual} = \text{Taksiran biaya} + \text{Laba yang diharapkan}$  15.
- b. Cost Type Contract Pricing Didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya sesungguhnya.
- c. Special Order Pricing Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler. Konsumen yang meminta pesanan khusus biasanya meminta harga di bawah harga jual normal dengan permintaan yang besar dan harga tersebut di bawah biaya penuh. Manajer yang bertugas menentukan harga jual harus mengetahui dengan pasti kemampuan pesanan reguler untuk menutup seluruh biaya tetap dalam tahun anggaran sehingga pesanan khusus ini dapat diterima dan dibebaskan dari kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap.

- d. Penentuan Harga Jual yang Diatur Oleh Peraturan Pemerintah Dalam beberapa hal, pemerintah berhak untuk menetapkan harga barang atau jasa, terutama untuk barang atau jasa yang menyangkut kepentingan umum. Harga jual produk atau jasa tersebut ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

#### 2.2.4. *Target Costing*

##### 2.2.4.1. Pengertian *Target Costing*

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

Witjaksono (2013) mengungkapkan bahwa *Target Costing* adalah suatu sistem dimana penentuan harga pokok produksi sesuai dengan yang diinginkan oleh (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk untuk memperoleh laba yang diinginkan, atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang rela untuk pelanggan bayarkan. Krismiaji (2011) *Target Costing* adalah proses penentuan

biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuat pembuat produk baru dan kemudian merancang sistem yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditentukan. Dapat disimpulkan bahwa *Target Costing* adalah penentang biaya produksi dimana perusahaan akan merencanakan dan menentukan terlebih dahulu biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar yang kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan.

#### 2.2.4.2. Prinsip *Target Costing*

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

##### 1. Harga Jual Mendahului Biaya

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

##### 2. Fokus Pada Pelanggan

Sistem *Target Costing* digerakkan oleh pasar. Persyaratan pelanggan atas kualitas, biaya, dan waktu secara simultan diintegrasikan kedalam produk dan keputusan proses, serta arah analisis biaya. Target biaya tidak boleh dicapai dengan mengorbankan

tampilan yang diinginkan pelanggan, menurunkan kinerja atau kehandalan suatu produk atau menunda peluncuran produk dipasar.

### 3. Fokus Pada Desain

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

#### 2.2.4.3. Kelebihan Dan Kekurangan *Target Costing*

Dalam jurnal Rudianto (2013) mengungkapkan bahwa Kelebihan *Target Costing* adalah sangat bagus diterapkan pada produksi barang yang mempunyai tingkat kompetisi yang tinggi di pasaran. Metode ini memiliki kelebihan yaitu harga jual produk ditetapkan terlebih dahulu, sedangkan target margin laba dan *Target Costing* ditetapkan kemudian, jika target margin laba perusahaan ditingkatkan, maka perusahaan harus melakukan penghematan dan perekayasa nilai pada biaya produksi serta biaya non produksi untuk mencapai *Target Costing* yang ditetapkan berdasarkan harga jual.



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

#### 2.2.4.4. Peranan Penting *Target Costing*

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

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

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

#### 2.2.4.5. Implementasi *Target Costing*

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

##### 1. Menentukan harga jual yang kompetitif

Untuk menentukan harga produk, terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen seperti harga pesaing, daya beli masyarakat, kondisi perekonomian secara umum, nilai tukar rupiah, dan sebagainya. Faktor-faktor tersebut akan saling terintegrasi satu dengan lainnya dalam menentukan volume permintaan terhadap produk perusahaan.

## 2. Menentukan laba yang diharapkan

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

## 3. Menetapkan target biaya

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

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

## 4. Melakukan rekayasa nilai

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

## 5. Menggunakan *kaizen costing* dan pengendalian operasi

*Kaizen costing* berarti upaya berkelanjutan untuk mencari metode yang lebih baik dalam proses produksi. Sedangkan dengan perhitungan biaya merupakan upaya untuk terus mencari metode

produksi yang dapat menurunkan biaya produksi suatu produk tertentu.

#### 2.2.5. Kajian Islam

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

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

بَلَى اللَّهُ يَخْفِضُ وَيَرْفَعُ

*“Akan tetapi, Allahlah Yang menurunkan dan menaikkan harga”.*

(HR.Ahmad dan ad-Darimi).

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

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُعَسِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقِيَ اللَّهَ  
وَأَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

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

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

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

kecil namun lewat jalan halal, jauh lebih baik daripada bisnis besar yang didapatkan melalui cara-cara yang haram.

Dalam Al-Quran, Allah berfirman dalam surat Al-‘A’raf ayat 85 yang berbunyi:

وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ ۖ قَدْ جَاءَتْكُمْ بَيِّنَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ ۖ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ مُّؤْمِنِينَ ﴿٨٥﴾

*“Dan (Kami telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan saudara mereka, Syu'aib. Ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman”(Al-‘A’raf: 85).*

Dalam Ayat di atas diterangkan bahwa agar sebuah bisnis berjalan sukses dan menghasilkan hendaklah bisnis tersebut didasarkan atas keputusan yang tepat. Bisnis yang menguntungkan bukanlah sebuah bisnis yang hanya dapat dinikmati didunia semata tetapi juga bisa dinikmati didunia kahir kelak. Karena kenikmatan di dunia tidak adaandingannya dengan kenikmatan di akhir. Didalam Al-Qur’an telah dijelaskan bahwa bisnis yang menguntungkan adalah bisnis yang dilakukan dengan

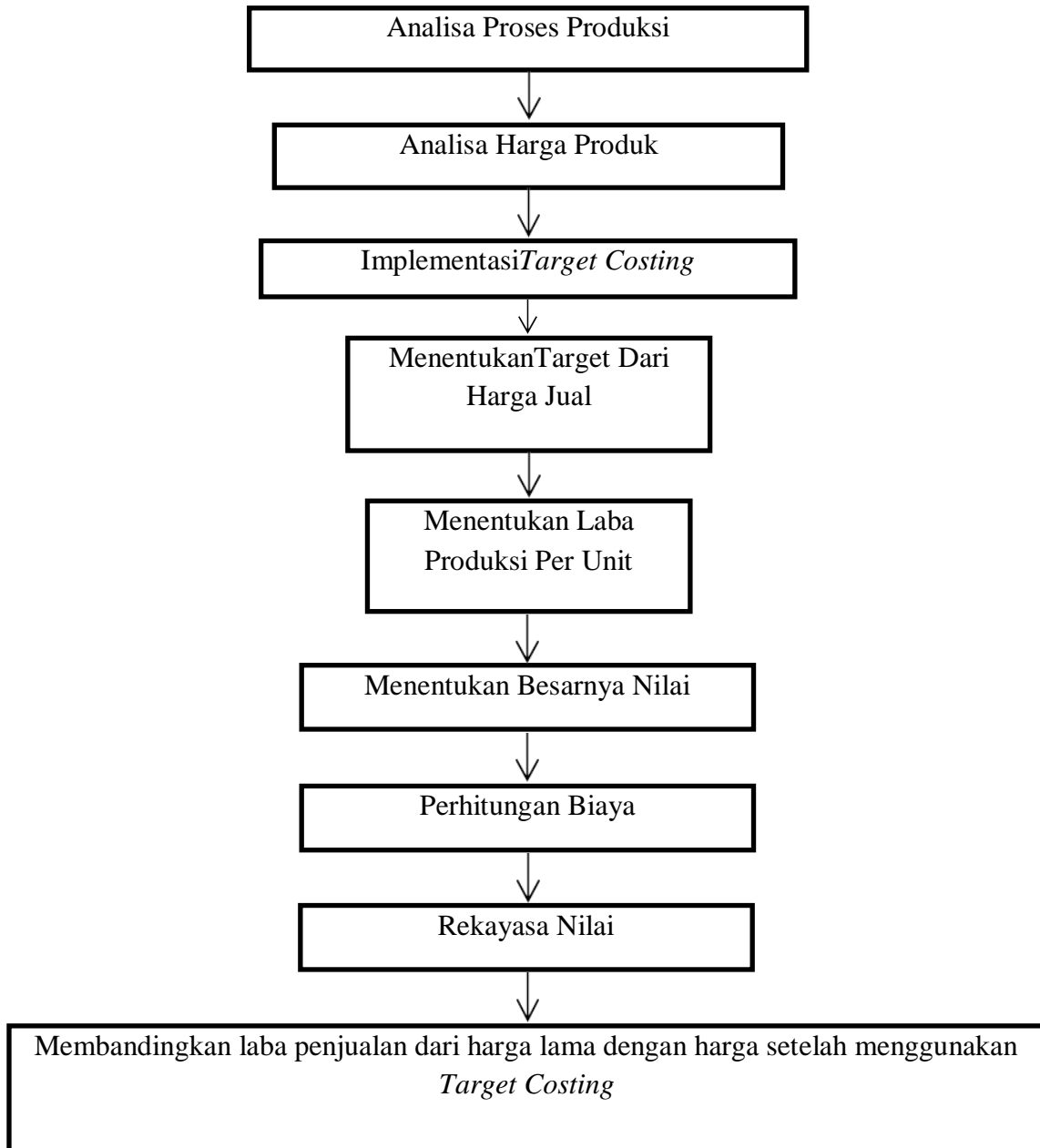
menghindari segala bentuk praktek kecurangan, kotor dan koruptif (Nurul Huda, 2010).

### **2.3. Kerangka Berfikir**

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

tahapan pertama yang dilakukan adalah menganalisa proses produksi dan produk, setelah itu implementasi *Target Costing* berdasarkan basis teori selanjutnya menentukan harga jual, kemudian menentukan target biaya dan target laba, setelah itu tahapan berikutnya adalah melakukan besarnya nilai dan perhitungan biaya, kemudian setelah itu melakukan rekayasa nilai dan selanjutnya membandingkan peningkatan laba penjualan sebelum dan sesudah menerapkan metode *Target Costing* yang terakhir adalah memberikan kesimpulan. Untuk memudahkan maka dijabarkan dalam bagan seperti berikut:

**GAMBAR 2.3**  
**Kerangka berfikir**





## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisa deskriptif yaitu menggambarkan keadaan dari objek atau permasalahannya. menurut Hidayat (2010) menyatakan bahwa penelitian deskriptif ialah sebuah penelitian yang lebih luas dalam penggunaan data-datanya. Maksud “luas” dalam hal ini artinya lebih condong pada analisa yang panjang dari ujung awal sampai akhir. Penyelesaian dalam metode penelitian deskriptif inilah yang menyebabkan seseorang harus mempunyai komitmen yang kuat dari teori sampai ketika terjun di lapangan.

Moleong (2013:4) menjelaskan bahwa pendekatan deskriptif kualitatif yaitu pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa katakata, gambar-gambar dan bukan angka. Data-data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumentasi pribadi, catatan, atau memo dan dokumentasi lainnya.

#### **3.2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Safero *Sportwear* yang berada di Perumahan Sengkaling Indah 1 Kav 55, Mulyoagung, Dau, Sengkaling, Malang. Pemilik Konveksi ini adalah Fathur Rahman yang berasal dari Kota Kendari di Sulawesi Tenggara dan juga telah menyelesaikan studi di Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai gelar Sarjana.

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

### **3.3. Subyek Penelitian**

Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Subjek yang digunakan di dalam penelitian adalah manajemen produksi Safero *Sportwear* karena dalam penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan laba perusahaan. Adapun sebagai sumbernya diantaranya adalah Fathurrahman sebagai Owner Safero *Sportwear*, kemudian Anshori sebagai administrasi, Wellang Ambo sebagai penanggungjawab produksi dan Rizqullah Haq sebagai desain grafis.

### **3.4. Data dan jenis data**

Moleong (2013: 4) menyatakan bahwa Metode Kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dan orang-orang yang perilaku yang dapat diamati. Adapun penelitian Deskriptif menurut Arikunto (2016:309) adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaangejala menurut apa adanya pada saat peneliti dilakukan. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi,

gambaran secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang dimiliki.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbentuk deskriptif. Deskriptif kualitatif adalah penelitian yang data-datanya berupa kata-kata (bukan angka-angka) yang berasal dari catatan laporan, dokumen, wawancara, dan lain-lain, atau penelitian yang didalamnya mengutamakan untuk mendeskripsikan secara analisis suatu peristiwa untuk memperoleh makna yang mendalam dari proses tersebut.

Ada beberapa pertimbangan kenapa peneliti menggunakan metode kualitatif, antara lain, menjelaskan menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan- kenyataan ganda, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan informan, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Jenis data yang digunakan terdiri atas:

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

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

- a. Primer, penulis menyusun pertanyaan dan secara langsung melakukan wawancara dengan pemilik Safero *Sportwear* yaitu Fathurrahman.
- b. Sekunder, data yang diperoleh dari perusahaan berupa informasi tertulis tentang biaya bahan baku, data biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik serta data data yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **3.5. Teknik pengumpulandata**

Untuk memperoleh keterangan untuk penelitian ini maka penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu:

- a. Observasi, melakukan pengamatan secara langsung dilapangan untuk mendapatkan data tentang aktivitas perusahaan, struktur organisasi, kondisi dan posisi perusahaan Safero *Sportwear*.
- b. Wawancara, melakukan pengumpulan data dari manajemen produksi yang bersangkutan dengan cara bertanya langsung tentang penjualan produk, proses produksi, keunggulan produk dan informasi yang memiliki kaitan dengan penelitian terhadap pemilik maupun sebagai narasumber dalam wawancara ini.

Wirajaya Asep Yudha (2008) mengungkapkan bahwa daftar pertanyaan disusun dengan tujuan agar wawancara dapat berjalan dengan lancar. Apabila wawancara dilakukan tanpa persiapan, pertanyaan yang seharusnya ditanyakan mungkin justru tidak ditanyakan saat wawancara berlangsung. Dengan demikian, informasi yang diperoleh pun juga tidak lengkap. kita harus menerapkan etika berikut:

1. Mengucapkan salam, memperkenalkan diri, dan berterima kasih atas kesempatan yang diberikan.
  2. Menggunakan bahasa yang santun.
  3. Menyampaikan pertanyaan secara sistematis dan urut.
  4. Fokus pada materi wawancara.
  5. Tidak menyudutkan narasumber dan tidak membuat tersinggung.
  6. Tidak memancing pertanyaan yang menjurus pada fitnah atau mengadu domba.
  7. Bersikap objektif dan simpatik.
- c. Dokumentasi, pengumpulan dengan cara melihat catatan dari dokumen anggaran biaya, anggaran penjualan, laporan biaya produksi dan non produksi dan catatan atau dokumen tentang labarugi.

### **3.6. Analisis data**

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

- a. Tahapan yang pertama adalah melakukan analisis proses produksi hal ini dilakukan agar penulis memahami proses produksi secara keseluruhan akan beberapa produk yang akan dianalisa agar penelitian ini membantu lebih akuratnya pembagian biaya dalam melakukan perhitungan selanjutnya.
- b. Tahapan kedua adalah melakukan analisis harga, dalam menganalisis harga peneliti melihat harga produk jersey mulai dari harga yang

diberlakukan oleh konveksi-konveksi lainnya saat ini, harga dari dua kompetitor yaitu *Akina Clothing* dan *Blackpink Sportwear*. Berikut daftar produk yang diberlakukan oleh perusahaan dan kompetitor:

Perusahaan	Produk
<i>Safero Sportwear</i>	Jersey
<i>Akina Clothing</i>	Jersey
<i>Blackpink Sportwear</i>	Jersey

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

1. Menentukan target dari harga jual produk dengan melihat daya beli konsumen terhadap produk dan harga pasar.
2. Menentukan laba produksi perunit yang diinginkan perusahaan.
3. Menentukan besarnya nilai dari perhitungan *Target Costing*.

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

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

berikut:

4. Menentukan dan melakukan perhitungan biaya, dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

5. Melakukan rekayasa nilai (*Value Engenering*),

d. Membandingkan laba yang diperoleh sebelumnya dengan setelah menggunakan metode *Target Costing* melalui cara rekayasa nilai.

Menarik kesimpulan yang berguna sebagai dasar atau pertimbangan oleh pemilik Safero *Sportwear* untuk menetapkan harga jual dan dalam upaya meningkatkan laba usaha.

## **BAB 1V**

### **PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

#### **4.1. Paparan Data**

##### **4.1.1. Sejarah Perusahaan**

Safero *Sportwear* Kota Malang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang Konveksi. Kantor pusat perusahaan ini berlokasi di Perumahan Sengkaling Indah 1 Kav 55, Mulyoagung, Dau, Sengkaling, Malang. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 30 maret 2017, didirikan oleh seorang mahasiswa UIN Malang Fakultas Sains dan Teknologi bernama Fathurrahman , berlatar belakang seorang anggota sebuah UKM Olahraga di UIN malang mendasari pendirian perusahaan ini, selain itu melihat pasar konveksi di Kota Malang yang dapat dikatakan Sangat berpotensi dikarenakan banyak sekali kalangan pelajar atau mahasiswa yang seriing menggunakan jasa konveksi untuk membuat seragam kelas atau tim olahraga baik satuan ataupun dalam jumlah besar.

Perusahaan ini bergerak dalam bidang konveksi baju dimana produk yang ditawarkan adalah *Jersey* olahraga,. Di awal tahun berdiri Safero *Sportwear* dapat dikatakan sangat terbatas di dalam produksi dan modal sehingga di tahun pertama Safero hanya berbentuk perusahaan yang tidak memproduksi sendiri pesanan konsumen akan tetapi mencari rekanan konveksi lain sebagai tempat produksi Safero *Sportwear*.

Ditahun 2018 laba yang di dapatkan oleh Safero *Sportwear* sudah cukup untuk membeli mesin Cutting dan Press untuk *custom jersey* satuan



sehingga Safero *Sportwear* mulai memproduksi sendiri pesanan konsumen khusus untuk produk jersey dan produk yang lain seperti konveksi baju *cotton combad* dan Sablon masih bekerja sama dengan konveksi lain. Berikut adalah biaya produksi khusus produk jersey Safero *Sportwear* dari tahun 2019

- Biaya produksi:
  - a. Paket A : Rp. 90.000
  - b. Paket B : Rp. 100.000
  - c. Paket C : Rp. 110.000
  - d. Paket D : Rp. 130.000
  - e. Paket E : Rp. 145.000
  - f. Paket F : Rp. 160.000

- Biaya sewa mesin: Rp. 5.000 per unit

keterangan:

Peralatan produksi dalam pemakaiannya masih berstatus sewa sehingga ada biaya sewa didalam biaya produksi yang terhitung per unitnya.

Tahun 2020

- Biaya produksi:
  - a. Paket A : Rp. 80.000
  - b. Paket B : Rp. 90.000
  - c. Paket C : Rp. 100.000
  - d. Paket D : Rp. 120.000
  - e. Paket E : Rp. 135.000
  - f. Paket F : Rp. 150.000

keterangan:

Biaya sewa mesin tidak tertera dikarenakan konveksi safero sudah membeli peralatan produksi sendiri sehingga biaya produksi berkurang.

Saat ini Safero telah berkembang pesat menjadi sebuah perusahaan konveksi yang memproduksi pesanan konsumen sendiri, jumlah karyawan Safero *Sportwear* berjumlah tiga orang dimana posisi yang diisi adalah (Bagian Desain Grafis, Admin, dan Bagian Produksi) produk yang menjadi unggulan Safero *Sportwear* adalah Custom Jersey, ada banyak Paket yang di tawarkan untuk produk Jersey Mulai dari Paket A sampai dengan F pada tahun 2021 dimana rincian harga yang ditawarkan sebagai berikut.

NO	PAKET	SPESIFIKASI	HARGA
1.	PAKET A	1. Sablon polyflex satu warna ( tanpa Printing)	Rp 110.000
2.	PAKET B	1. Sablon Polyflex 2. Printing hanya di lengan	Rp 120.000
3.	PAKET C	1. Sablon Polyflex 2. Printing Satu warna full depan	Rp. 130.000
4.	PAKET D	1. Full Printing 2. Sablon polyflex	Rp. 150.000
5.	PAKET E	1. Full Printing 2. Plus celana Sablon	Rp. 165.000
6.	PAKET F	1. Full Printing 2. Celana Full Printing	Rp. 180.000

#### **4.1.2. Lokasi Perusahaan**

Safero *Sportwear* Kota Malang berlokasi di Perumahan Sengkaling Indah 1 Kav 55, Mulyoagung, Dau, Sengkaling, Malang. Lokasi perusahaan ditentukan dengan beberapa pertimbangan berikut:

1. Dekat dengan Universitas-universitas ternama dikota Malang
2. Dekat dengan Konsumen yang notabenenya adalah mahasiswa
3. Dekat dengan tempat bahan baku
4. Berada ditengah Kota Malang dan Kota Batu

#### **4.1.3. Strategi, Visi dan Misi Safero *Sportwear***

Strategi Safero *Sportwear* dalam menjalankan operasional perusahaan dengan menggunakan marketing media sosial sebagai ujung tombak pemasaran produk, konten iklan yang di unggah di media sosial setidaknya dibagi menjadi 3 kategori :

1. *Content* Informatif

*Content* ini berisi soal informasi produk yang di tawarkan oleh Safero *Sportwear* baik spesifikasi, lokasi dan cara *order* produk, dan informasi-informasi yang dapat memberi tahu konsumen terkait produk yang ditawarkan

2. *Content* Edukatif

*Content* edukatif adalah konten dimana isinya adalah informasi untuk memberi pengetahuan konsumen seputar alat dan dunia olahraga. Didalamnya juga mengandung tips, cara atau apapun yang berkaitan dengan dunia olahraga

### 3. *Content Marketing*

Isinya adalah informasi produk dan harga produk serta promo-promo yang diadakan oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk.

Visi misi perusahaan Safero *Sportwear* adalah sebagai berikut :

#### a. Visi

“ menjadi pabrik konveksi yang unggul yang terdepan dalam pelayanan , serta menjadi pencetak pengusaha baru”

#### b. Misi

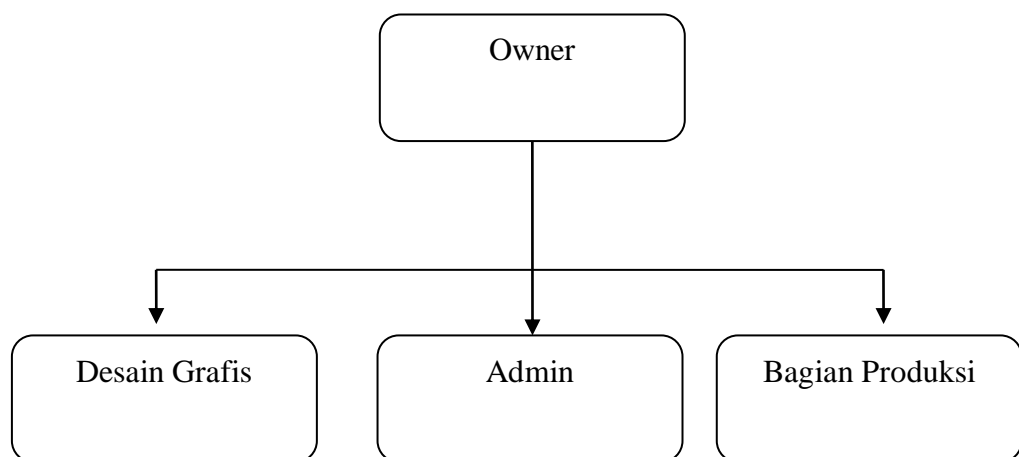
1. Memberikan hasil produk yang berkualitas serta mengikuti perkembangan fashion
2. Memberikan pelayanan terbaik dan respon yang positif bagi konsumen
3. Menjadi acuan sebagai konveksi yang memiliki tatakelola yang baik
4. Mencetak pengusaha-pengusaha yang sanggup berkembang bersama
5. Menjadi konveksi jersey olahraga dengan produk terbaik

#### **4.1.4. Struktur Organisasi**

Pengadaan struktur organisasi tentunya sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasional demi tercapainya tujuan perusahaan. Yang telah direncanakan di dalam visi misi perusahaan. Fungsi-fungsi yang tercantum di dalam stuktur organisasi atau struktur perusahaan menekankan pada pola komunikasi dan kordinasi yang mencerminkan atasan dan bawahan, sehingga dapat di tetapkan dengan jelas tugas, dan tanggung jawab di setiap bagian dalam perusahaan.

bentuk struktur yang di terapkan oleh Safero *Sportwear* adalah bentuk garis atau dalam istilah dikenal sebagai *line organization* ciri dari model struktur seperti ini adalah adanya kesatuan komando dari atasan hingga bawahan sehingga dapat mencerminkan pembagian tugas, wewenang serta tanggung jawab yang detail. sehingga dalam pelaksanaannya dapat efisien.

**Gambar 4,1**  
**Struktur Organisasi Safero *Sportwear***



(sumber : Safero *Sportwear*)

#### **4.1.5. Tugas Dan Wewenang**

##### **1. Owner**

- a. Merupakan pemilik yang berkuasa penuh terhadap Safero *Sportwear*
- b. Berhak meminta pertanggung jawab seluruh bagian di bawahnya terkait operasional perusahaan
- c. Membuat perencanaan khusus terkait operasional perusahaan dan membuat kebijakan-kebijakan terhadap perusahaan

- d. Melakukan pengawasan terhadap segala rencana perusahaan yang telah ditentukan serta memberikan nasehat atau arahan terhadap bagian di bawahnya
- e. Mewakili perusahaan dalam bidang hubungan eksternal seperti instansi pemerintahan atau swasta dengan tujuan kemajuan perusahaan

## **2. Desain Grafis**

- a. Bertanggung jawab dalam membuat konten-konten di media sosial perusahaan
- b. Bertanggung jawab atas desain produk sesuai keinginan konsumen
- c. Mewakili perusahaan dalam kemampuan serta pemahaman yang komperhensif atas produk perusahaan
- d. Menganalisa kebutuhan konsumen serta permintaan pasar
- e. Memberikan pelayanan yang baik dan mengutamakan kepuasan pelanggan
- f. Memenuhi proyeksi penjualan yang telah dirancang oleh perusahaan dan terus membangun peluang pasar secara berkelanjutan
- g. Melakukan riset secara berkala terhadap produk perusahaan dimata konsumen

## **3. Admin**

- a. Bertanggung jawab dalam proses administrasi aset perusahaan serta urusan bank
- b. Mengecek dan meng-*input* semua pemasukan dan pengeluaran

- c. Memonitor dan mengontrol kas kecil perusahaan
- d. Membuat dokumen-dokumen yang dibutuhkan oleh perusahaan
- e. Membuat laporan keuangan tahunan perusahaan
- f. Mencatat dan mengorganisir *deadline* dari para konsumen yang memesan produk
- g. Mengawasi seluruh alokasi anggaran perusahaan terhadap aktivitas operasional
- h. Menjaga hubungan baik dengan seluruh konsumen perusahaan

#### **4. Bagian Produksi**

- a. Bertanggung jawab dalam manajemen produksi produk yang dipesan oleh konsumen
- b. Memastikan kualitas produk sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati bersama konsumen
- c. Menentukan jumlah bahan baku yang akan di produksi serta yang tersedia di perusahaan
- d. Bertanggung jawab meminimalisir kesalahan produksi
- e. Membuat laporan produksi sebagai bentuk tanggung jawab terhadap owner
- f. Bertanggung jawab terhadap penjahit *freelance*.

#### **4.1.6. Kegiatan dan Usaha**

Safero *Sportwear* bergerak dalam bidang konveksi khusus untuk jersey olahraga, dengan megedepankan kualitas produk sebagai tawaran utama terhadap konsumen. Sasaran utama target pasar perusahaan

adalah kalangan mahasiswa dan pelajar dari universitas-universitas terekemuka di Kota Malang.

Jumlah karyawan resmi yang tercatat oleh oleh Safero *Sportwear* hanya tiga orang dan dibagi kedalam tiga bagian yaitu (Bagian Desain grafis, Admin, bagian Produksi) dalam proses produksinya Safero *Sportwear* melibatkan sekitar 5 penjahit paruh waktu tergantung kuantitas produk yang akan di produksi.

Jam kerja Safero *Sportwear* adalah sebagai berikut:

a. Kantor

Senin sampai jum'at : 08.00-16.00 WIB

Sabtu : 09:00-16.00 WiB

Minggu : Libur

Karyawan Safero *Sportwear* juga mendapatkan beberapa hak selama bekerja di perusahaan yaitu:

- a. Cuti untuk karyawan yang sudah bekerja selama minimal 12 Bulan
- b. Gaji pokok
- c. Tunjangan
- d. Uang transportasi
- e. Insentif atau Bonus

Perekrutan karyawan dilakukan langsung oleh owner di bantu dengan admin dan owner juga bertanggung jawab terhadap kesejahteraan karyawan, pengawasan kinerja, sampai pemutusan hak kerja (PHK).



#### 4.1.7. Peta Pemasaran Safero *Sportwear*

Pada wawancara yang dilakukan oleh peneliti di tanggal 10 Maret 2021 kepada *Owner Safero Sportwear* sebagai berikut :

“Untuk peta pemasaran mas Safero fokus terhadap institusi pendidikan di Kota Malang terutama di tataran universitas-universitas di Kota Malang karena Malang terkenal dengan Kota Pendidikan Selain itu banyak nya UKM dan Event Olahraga menjadi peluang tersendiri Untuk Safero”

Produk yang dihasilkan oleh Safero *Sportwear* saat ini telah merambah kepada Mahasiswa khususnya di Kota Malang. Pemasaran dipusatkan di Universitas-Universitas di Kota Malang seperti UB, UIN, UMM, UNISMA, dan UM. Serta Safero *Sportwear* juga bekerja sama dengan UKM ( Unit Kegiatan Mahasiswa ) di bidang Olahraga sebagai rekanan untuk membuat Seragam Olahraga.

Hal ini ditunjang dengan *Image* Kota Malang yang terkenal sebagai kota pendidikan membuat Safero *Sportwear* fokus menggarap konsumen dikalangan mahasiswa dan sekolah-sekolah, melihat satu Universitas atau sekolahan memiliki puluhan hingga ratusan ribu peserta didik membuat Safero *Sportwear* fokus pada target pasar tersebut.

Safero*Sportwear* juga menjaga komunikasi yang baik dengan Konsumen, selain itu ikut mendukung sebagai *sponsorship* dari kegiatan-kegiatan acara olahraga yang diadakan di Kota Malang atau di Universitas-universitas se Kota Malang seperti *Event LIMA* (Liga Mahasiswa) yaitu pekan olahraga tahunan antar mahasiswa di Indonesia.

Hal tersebut dilakkan semata-mata untuk memperkenalkan Safero *Sportwear* dikalangan mahasiswa secara luas serta menjaga loyalitas konsumen kepada perusahaan.

#### **4.1.8. Proses Perencanaan Produksi**

Sebelum suatu produk di produksi tentunya ada tahap perencanaan awal sehingga sebelum diserahkan terhadap konsumen perusahaan dapat memastuihan bahwa produk yang di jual memiliki kualitas- dan spesifikasi yang sesuai agar konsumen mendapatkan kepuasan dalam menggunakan produk, berikut tahap perencanaan produksi Jersey yang dilakukan oleh Safero *Sportwear*:

##### **1. Tahap Perencanaan Ide Produk**

Perencanaan ide produk atau desain produk perlu dipastikan sesuai dengan permmintaan konsumen dan kemampuan perusahaan bahik dari segi kualitas hingga kefektivitas an kinerja perusahaan.

Tahap ini dibagi menjadi dua metode sebagai berikut:

##### **a. Desain dari Pelanggan**

Dalam tahap ini biasanya pelanggan atau konsumen sudah membuat desain sesuai yang di inginkan, sehingga bagian desain grafis Safero *Sportwear* hanya tinggal berkonsultasi sampai memberi masukan terhadap desain yang diajukan oleh konsumen. Jika sampai pada kecocokan antara kedua belah pihak maka perusahaan akan mengerjakan produk yang akan dipesan oleh konsumen.

b. Desain dari Perusahaan

Dalam proses ini konsumen berkonsultasi dengan bagian desain grafis perusahaan tentang bagaimana spesifikasi produk yang diinginkan. Mulai dari bahan jersey hingga sablon yang akan digunakan, setelah bagian desain grafis mendesain produk yang akan dipesan, konsumen boleh untuk meminta revisi maksimal tiga kali atas desain yang diajukan oleh perusahaan. Jika sudah sampai pada kesepakatan antar dua belah pihak maka perusahaan akan mengerjakan produk tersebut.

2. Tahap Produksi Jersey

Menurut Sule (2005:14) mendefinisikan bahwa pelaksanaan produksi adalah pelaksanaan manajemen perusahaan berdasarkan fungsinya untuk menghasilkan sebuah produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan teknik yang seefisien mungkin., kegiatan proses produksi merupakan sebuah tahapan bagaimana sumber daya input dapat menjadi output yang memiliki nilai jual bagi perusahaan. Dalam kasus ini pelaksanaan produksi pada Safero *Sportwear* adalah pemilihan bahan, penentuan desain pakaian, proses pembuatan baik dalam penjahitan hingga penyablonan, sampai pada tahap penyelesaian, berikut proses produksi yang digunakan oleh Safero *Sportwear*:

- a. Melakukan observasi serta berkonsultasi dengan Konsumen terkait produk yang diinginkan oleh konsumen

- b. Merencanakan ukuran, model serta bahan yang akan digunakan
- c. Menggambar pola dan membuat satu produk dahulu sampai selesai untuk melihat kualitas dan perhitungan biaya
- d. Pembuatan pola besar jika secara kualitas sudah sesuai, dengan berbagai macam ukuran sesuai dengan pesanan konsumen dalam hal ini adalah ukuran S, M, L, XL, XXL. Sketsa ukuran dibuat dari karton yang tidak mudah rusak.
- e. Persiapan bahan baku dengan jumlah besar baik dari kain yang akan digunakan dan sablon
- f. Mengutip pola dari karton yang telah dibuat dan menggambarnya pada kain yang akan digunakan setelah itu digunting dengan gunting listrik
- g. Setelah digunting maka para penjahit yang telah dipekerjakan sebagai karyawan paruh waktu atau *freelance* akan membagi tugas untuk menjahit bagian –bagian kain yang telah di pola
- h. Setelah selesai jersey akan disablon dengan mesin printing sablon milik perusahaan dengan desain sesuai pesanan konsumen
- i. Setelah selesai produk jersey akan diserahkan kepada kepala bagian produksi untuk dicek kualitas serta spesifikasinya
- j. Kepala bagian produksi akan memeriksa dengan teliti terhadap produk yang di serahkan dan akan menandai jersey yang kurang baik secara kualitas baik dari segi penjahitan hingga penyablonan untuk di revisi.

- k. Jika sudah selesai maka jersey akan diberi label berisi informasi ukuran dan cara pemeliharaan
- l. Setelah selesai maka jersey akan disetrika dan dilipat dengan bentuk yang sama serta dikelompokkan sesuai dengan ukuran jersey
- m. Setelah itu jersey akan di-*packing* dan seluruh hasil produksi akan diberikan kepada admin untuk diserahkan kepada konsumen.

Selain itu dalam memproduksi jersey Safero *Sportwear* menggunakan alan dan bahan sebagai berikut:

a. Mesin Jahit

Piranti pokok yang harus tersedia pada ruangan produksi dalam menggunakan mesin jahit Safero *Sportwear* menggunakan beberapa jenis sebagai berikut:

1. Mesin jahit lurus

Mesin jahit lurus adalah mesin yang digunakan untuk membentuk pola jahitan lurus merk yang digunakan oleh perusahaan adalah merk Butterfly dan tersedia sebanyak 5 buah

2. Mesin jahit Zig-Zag

Jenis mesin ini untuk menghasilkan pola zig-zag yang biasa digunakan untuk membordir karena ada beberapa konsumen yang memesan desain bordir pada jersey yang akan dipesan. Pada Safero *Sportwear* hanya tersedia satu buah

b. Alat Bantu Penjahitan

1. Alat untuk membuat pola

Untuk membuat pola pada bahan baku kain yang akan digunakan adalah sebagai berikut: alat ukur, penggaris dan pensil merah biru

2. Alat Pemberi tanda

Untuk memberi tanda pada bahan baku sebelum dipotong menggunakan alat-alat berikut seperti: rader, kapir jahit, dan karbon

3. Alat pemotong bahan

Alat untuk menggunting bahan baku sebagai berikut: gunting pemotong kain, gunting bordir, gunting listrik dan meja potong.

c. Alat Sablon

Alat sablon yang tersedia di perusahaan adalah alat sablon digital atau biasa dikenal dengan mesin DTG ( DIRECT TO GARMENT ) ada juga beberapa alat pembantu untuk proses penyablonan sebagai berikut:

1. Alat Hotgun Riegun

Alat ini fungsinya hampir mirip dengan *hairdryer* fungsinya untuk memanaskan sablon sehingga cepat kering alat ini digunakan sebelum kaos yang telah di sablon dimasukkan kedalam mesin press

2. Kompresor

Alat ini fungsinya untuk merapatkan pori-pori kaos sehingga ketika kaos disablon dapat merekat dengan sempurna pada kain

### 3. Kertas Teflon

Kertas teflon digunakan untuk melapisi sablon kaos saat akan dilakukan mesin press agar sablon tidak terkena panas secara langsung dari mesin press

### 4. Mesin Press

Mesin pres ini berguna untuk mengeringkan tinta sablon yang ada pada kaos seperti penjelasan diatas prosesnya adalah kaos yang sudah disablon menggunakan mesin DTG (DIRECT TO GARMENT) akan dikeringkan dengan alat hotgun, setelah itu di semprot exposy menggunakan compresor, lalu dilapisi kertas teflon lalu dimasukan ke mesin press.

### 5. Satu Paket Tinta, Catridge, dan Cairan Pembersih (head Cleaner)

Layaknya alat print kertas mesin DTG (DIRECT TO GARMENT) juga membutuhkan tinta dan *catridge* yang disematkan kedalam mesin biasanya perusahaan akan membersihkan secara rutin kepala mesin DTG (DIRECT TO GARMENT) karena jika timbul eror bahkan rusak servis dan *sparepart* mesin masih terbilang cukup mahal

### 6. Komputer

Komputer yang digunakan memiliki spesifikasi yang sangat cukup agar menghindari terjadinya lemot ketika membuka aplikasi desain dan cetak

#### **4.1.9. Biaya-Biaya Yang dikeluarkan Perusahaan**

Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi pada Safero *Sportwear* terutama dalam produk jersey karena penelitian ini

mengambil produk jersey sebagai objek utama penelitian. Dalam satu orderan dimana minimal pemesanan yang di terapkan oleh Safero *Sportwear* adalah berjumlah 2 lusin atau 24 pcs berikut adalah biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi pesanan jersey:

**Tabel 4.1**  
**Biaya Bahan Baku**

No	Produk
1	Kain Dryfit
2.	Tinta sablon
3.	Tinta Print kain
4.	Karet leher

Bahan baku yang digunakan dibeli dari supplier rekanan perusahaan yaitu Indah Jaya Textile untuk kain dryfit dan pernik-pernik seperti benang dan karet leher dari pasar besar Toko Muria Jaya sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 10 Maret 2021 kepada *Owner*

“Untuk bahan baku kain kami membeli dari rekanan kami yaitu Indah Jaya Textile Sedangkan untuk bahan pernik-pernik seperti karet leher dan benang kami beli di pasar besar yaitu toko muria jaya”

Berikutnya adalah biaya tenaga kerja langsung dimana Safero *Sportwear* mempekerjakan para penjahit *Frelance* yang hanya dibayar ketika ada pesanan, jumlah penjahit yang digunakan juga disesuaikan dengan pesanan yang di dapat oleh perusahaan berikut pembagiannya:



**Tabel 4,2**  
**Kuantitas penjahit freelance yang digunakan dalam produksi**

No	Jumlah pesanan	Jumlah penjahit
1.	1 - 2 lusin	2
2.	3 - 5 lusin	4
3.	5 lusin keatas	5

Penjahit yang dipekerjakan oleh perusahaan bertempat tinggal di daerah Jl Sukarno Hatta dab Jl. Cakalang sesuai dengan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 10 Maret 2021 kepada *Owner*

“Untuk penjahit sistem nya *freelance* jadi hanya dipanggil ketika ada orderan dan upah di bayar per kaos yang dijahit untuk penjahit juga harus memiliki keahlian sablon karena menangani jersey sampai di sablon”

Kemudian didalam produksi perusahaan juga memiliki biaya *Overhead* biaya *overhead* pabrik merupakan mulai dari awal produksi hingga bahan baku menjadi produk baru yang memiliki nilai jual seperti contoh : biaya tenaga kerja tidak langsung , biaya bahan penolong dan biaya pemeliharaan berikut adalah biaya overhead yang dikeluarkan oleh Safero *Sportwear* dalam memproduksi jersey :

a. Biaya tenaga kerja tidak langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan kepada para tenaga kerja yang secara fisik tidak terlibat dalam proses produksi namun berperan terhadap produk baik dalam pemasaran maupun desain. Safero *Sportwear* memiliki dua tenaga kerja tidak langsung yaitu untuk bagian admin dan desain grafis

dimana admin adalah orang yang berperan dalam hubungan perusahaan dengan konsumen dan desain grais berperan dalam pengelolaan media pemasaran serta desain produk konsumen

b. Biaya kemasan

Biaya kemasan adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan guna melengkapi produk jadi yang akan diberikan kepada konsumen menjadi menarik, biaya kemasan yang digunakan oleh perusahaan adalah plastik klip dan stiker

c. Biaya bahan penolong

Dalam pembuatan jersey perusahaan menggunakan kertas karbon sebagai pelapis sablon sebelum ditekan agar sablon tidak terkena panas secara langsung dari mesin press yang digunakan oleh perusahaan sehingga mendapatkan hasil dimana sablon dapat menyerap secara sempurna pada kain

d. Biaya listrik dan air

Biaya air bulanan tidak dikeluarkan oleh perusahaan dikarenakan perusahaan menggunakan pompa air perusahaan hanya membayar listrik bulanan untuk operasional perusahaan

## **4.2. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.2.1. Rincian Biaya Produksi Jersey pada Safero *Sportwear***

#### **4.2.1.1. Biaya bahan Baku**

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari file komputer perusahaan pada tanggal 12 Februari 2021 bahan baku yang digunakan

untuk memproduksi 60 potong jersey dengan pesanan paket D adalah 120 M kain dimana rata-rata satu jersey menghabiskan bahan 2 Meter biaya yang dibutuhkan untuk membeli 120 M kain adalah 1,5 juta dimana per dua meter kain membutuhkan biaya Rp 25.000, kemudian untuk biaya tinta print kain yang digunakan untuk membuat 60 jersey dengan paket D menghabiskan biaya sebesar Rp 3.000.000 dan jika dibebankan terhadap satu jersey adalah Rp.50.000. sedangkan untuk karet leher per satu jersey perusahaan mengeluarkan biaya Rp. 1000 sehingga dibutuhkan Rp 60.000 untuk membuat 60 jersey. Untuk biaya tinta sablon yang dibebankan kepada satu jersey perusahaan membebankan sebesar Rp 6.000 sehingga untuk memproduksi 60 jersey mengeluarkan biaya sebesar Rp. 360.000

Berikut adalah rincian biaya yang digunakan oleh Safero *Sportwear* untuk memproduksi pesanan jersey Paket D

**Tabel 4.3**  
**Daftar Biaya Bahan baku Jersey paket D**

<b>Nama Bahan</b>	<b>Jumlah pembelian</b>	<b>Biaya per pcs jersey</b>	<b>harga</b>
Kain dryfit	60 pcs	Rp. 25.000	Rp 1.500.000
Tinta Print Kaos	60 pcs	Rp 50.000	Rp. 3.000.000
Tinta Sablon	60 pcs	Rp 6.000	Rp.360.000
Karet Leher	60 pcs	Rp. 1000	Rp. 60.000
<b>Total</b>			<b>Rp. 4.920.000</b>

#### 4.2.1.2. Biaya tenaga kerja Langsung

Dalam penggunaan tenaga kerja langsung Safero *Sportwear* menggunakan jasa penjahit *freelance* untuk menggarap produk dan setiap jersey diberikan upah Rp.24.000

**Tabel 4.4**  
**Daftar biaya Tenaga Kerja Langsung Safero *Sportwear***

Tenaga kerja	Qty pesanan	Upah per satuan	Total
Penjahit <i>freelance</i>	60 pcs	Rp 24.000	<b>Rp. 1.440.000</b>

#### 4.2.1.3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead yang dikeluarkan oleh Safero *Sportwear* dalam memproduksi jersey diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Tenaga kerja tidak langsung

Safero *Sportwear* dalam operasional nya mempekerjakan 3 karyawan sebagai tenaga kerja tidak langsung , untuk bagian tenaga kerja tidak langsung yaitu bagian desain grafis, bagian admin dan bagian produksi

Bagian desain grafis terlibat dalam pemasaran produk di media sosial sedangkan admin berkuat pada hubungan dengan konsumen serta transaksi keuangan perusahaan, terakhir bagian produksi yang bertugas dalam pengawasan produksi gaji dari masing-masing karyawan tersebut adalah Rp 1.500.000 sesuai dengan wawancara yang dilakukan oleh penulis pada tanggal 10 maret 2021 sebagai berikut :

“ gaji pokok untuk 3 karyawan kami masing-masing yaitu 1,500,000 perbulan”

Berikut adalah rincian biaya tenaga kerja tidak langsung setiap bulan yang dikeluarkan oleh Safero *Sportwear*. Dalam kasus ini biaya tenaga kerja tidak langsung hanya dihitung satu hari karena bagian admin ,desain grafis hanya menghadapi konsumen selama satu hari. sedangkan bagian produksi hanya bertugas memastikan ketersediaan bahan baku dan kualitas hasil produksi jersey.

**Tabel 4.5**  
**Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung**

<b>Bagian</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Biaya gaji perbulan</b>	<b>Biaya gaji perhari</b>
Bagian Desain Grafis	1	Rp. 1.500.000	Rp 50.000
Bagian Admin	1	Rp 1.500.000	Rp 50.000
Bagian Produksi	1	Rp 1.500.000	Rp 50.000
<b>Total Per hari</b>			<b>Rp. 150.000</b>

b. Biaya Kemasan

Berdasarkan standar operasional pengemasan perusahaan biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh Safero *Sportwear* untuk 60 jersey paket D untuk anggaran plastik clip seharga Rp. 1.500 jika dikali dengan 60 jersey jumlah nya adalah Rp. 90.000 kemudai sticker seharga Rp.60.000 untuk ukuran 4x4 berisi 60 pcs sehingga untuk satu sticker ber- harga Rp 1.000

**Tabel 4.6**  
**Biaya Kemasan Produk**

<b>Nama Bahan</b>	<b>Jumlah</b>
Plastik klip	Rp. 90.000
Sticker Kemasan	Rp.60.000
<b>Total</b>	<b>Rp. 150.000</b>

c. Biaya bahan Penolong

Biaya bahan penolong yang dikeluarkan oleh perusahaan adalah kertas karbon yang fungsinya untuk melapisi sablon kain agar tidak terkena panas dari mesin press secara langsung sehingga sablon dapat merekat kuat dan baik pada kain per-pack kertas sablon berisi 10 pcs dengan ukuran A4 seharga Rp. 30.000

d. Biaya listrik dan air

Tagihan listrik perusahaan dslam sebulan menghabiskan Rp 1.500.000 sedangkan untuk air perusahaan menggunakan pompa sehingga tidak ada biaya bulanan jika dihitung rata-rata harian jumlah biaya listrik adalah Rp. 50.000 sedangkan untuk pembuatan 60 jersey dapat diselesaikan dalam 4 hari kerja dengan total Rp 200.000

Berdasarkan rincian diatas total dari biaya *overhead* perusahaan yang dikeluarkan untuk pembuatan 60 Jersey adalah sebagai berikut

**Tabel 4.7**  
**Total Biaya Overhead Pabrik Untuk membuat 60 Jersey**

<b>Jenis Biaya</b>	<b>Jumlah</b>
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 150.000
Biaya listrik, air dan telpon	Rp. 200.000
Biaya kemasan	Rp. 150.000
Biaya bahan penolong	Rp. 30.000
<b>Total</b>	<b>Rp 530.000</b>

#### 4.2.2. Perhitungan Biaya Produksi Jersey Safero *Sportwear* menurut Perusahaan

Dalam pencatatan transaksi keuangan Safero *Sportwear* masih menggunakan metode tradisional dan masih dicatat dengan sederhana pada buku catatan bagian admin, admin hanya mencatat pengeluaran keuangan yang berkaitan dengan produksi jersey seperti yang diungkapkan oleh *owner* perusahaan pada wawancara yang peneliti lakukan ditanggal 10 Maret 2021

*‘ kalau disini pencatatan dengan standar akuntansi belum dilakukan hanya dilakukan pencatatan pengeluaran setiap produksi pesanan dari konsumen dan nanti oleh admoin akan dilaporkan kesaya sebagai owner’’*

Akibat dari model pencatatan yang tradisional yang hanya sampai catatan proses pengeluaran untuk produksi jersey maka perusahaan sulit untuk menentukan strategi perencanaan dalam proses produksi, sampai saat ini perusahaan dalam menentukan laba hanya menggunakan cara sederhana yaitu dengan menaikkan 30% dari pengeluaran biaya produksi . hal tersebut sesuai dari keterangan *owner* perusahaan pada wawancara yang dilakukan penulis pada tanggal 10 Maret 2021 sebagai berikut:

*“Dalam menentukan laba perusahaan hanya menaikkan 30% dari total biaya produksi dan dibebankan kepada keseluruhan produk yang dipesan pelanggan karena margin laba nya memang segitu tanpa harus melihat kompetitor lain’’*

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap pencatatan biaya produksi yang masih terkesan tradisional berikut rekomendasi penulis terhadap perhitungan biaya produksi perusahaan.

**Tabel 4.8**  
**Biaya Produksi Jersey**

Bahan Baku	Rp. 4.920.000
Tenaga Kerja Langsung	Rp. 1.440.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 530.000
<b>Total</b>	<b>Rp. 6.890.000</b>

Sebelumnya dalam buku catatan milik admin owner mengatakan bahwa laba yang didapatkan adalah 30% dari total produksi akan tetapi saat peneliti mencoba menghitung laba yang didapatkan tidak sampai 30% . hal ini terjadi karena banyak biaya seperti biaya bahan penolong yang tidak di ikutkan serta biaya listrik dan air dan biaya tenaga kerja tidak langsung sehingga ada selisih untung dari hasil yang peneliti hitung dan yang berada pada catatan admin

**Tabel 4.9**  
**Laporan Laba Rugi Secelum *Target Costing***

<p><b>Safero Sportwear</b> <b>Laporan laba rugi</b> <b>Periode 20 Februari 2021</b></p>	
Penjualan	<b>Rp. 9.000.000</b>
Dikurangi	
Biaya bahan baku	Rp. 4.920.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 1.440.000
Biaya overhead	Rp. 530.000
Harga Pokok Penjualan	<b>Rp. 6.890.000</b>
<b>Laba Bersih</b>	<b>Rp. 2.110.000</b>



Setelah penulis menghitung kembali laba yang diperoleh oleh perusahaan hanya mendapatkan margin laba sebesar 24 % dari total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan hal ini terjadi karena perusahaan tidak mengakui biaya overhead dalam catatannya sehingga selisih sebesar Rp 530.000 dengan hasil pencatatan peneliti.

#### **4.2.3. Penerapan *Target Costing* untuk produksi Jersey Safero Sportwear**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurul Ikhsan Arifin (2016) mengungkapkan bahwa metode *Target Costing* dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menentukan harga jual dengan ber orientasi kepada pengurangan biaya produksi. Pada tahap ini peneliti akan menganalisa dari metode *Target Costing* apakah dapat diterapkan didalam proses produksi jersey pada Safero *Sportwear*

Tahapan analisa yang akan dilakukan oleh peneliti untuk menerapkan *Target Costing* terhadap proses produksi Safero *Sportwear*, peneliti akan menggunakan tahapan-tahapannya sehingga dapat mencapai tujuan tersebut. Tahapan yang dilakukan oleh peneliti dibagi menjadi lima tahapan sebagai berikut:

- a. Melihat harga pasar dari kompetitor sejenis dan juga melihat daya beli dari konsumen untuk menentukan harga jual produk
- b. Melakukan penentuan target laba per unit produksi yang diharapkan oleh perusahaan
- c. Melakukan penentuan terhadap target biaya (*Target Costing*)

- d. Melakukan perhitungan serta penentuan jumlah dari biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik
- e. Melakukan teknik *Value Engginering* (rekaya nilai) yaitu teknik atau metode dalam *Target Costing* untuk melakukan penghapusan biaya atau pengurangan biaya yang kurang efisien.

Dalam tahapan-tahapan yang disebutkan oleh peneliti diatas semuanya dapat digunakan untuk mengendalikan biaya sedangkan tahapan ke empat dan kelima adalah metode yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai metode efisiensi biaya produksi . penggunaan tahapan ini dapat digunakan oleh perusahaan baik memilih salah satu atau menggunakan keduanya semua tergantung kebutuhan dan kondisi perusahaan dalam mengendalikan biaya.

#### **4.2.3.1. Analisis Biaya**

Untuk mengetahui daya saing produk jersey dari Safero *Sportwear* maka perlu dilakukan analisis harga, perusahaan di tahun 2021 menjual produk jersey dengan spesifikasi paket D dimana jersey dengan full printing dan sablon polyflex dengan harga Rp 150.000. menurut keterangan dari perusahaan dalam pemasaran produk dan target pasar, perusahaan memiliki dua kompetitor dikarenakan lokasi yang hampir berdekatan serta dengan target pasar yang sama, sesuai dengan keterangan dari

*owner* perusahaan pada wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 10 maret 2021 sebagai berikut:

“Ada dua kompetitor dengan produk yang sama karena lokasi yang berdekatan serta target pasar yang sama yaitu *Akina Clothing* dan *Blackpink Sportwear*”

Peneliti melakukan observasi terhadap produk yang sama pada dua kompetitor tersebut, perbandingan dari dua kompetitor produk jersey dari *Safero Sportwear* tidak terlalu signifikan berikut harga perbandingan produk yang ditawarkan oleh dua kompetitor *Saferi Sportwear*.

**Tabel 4.10**  
**Harga Produk Jersey dengan spesifikasi yang sama pada dua Kompetitor utama *Safero Sportwear***

<b>Nama Kompetitor</b>	<b>Harga Jersey</b>
<i>Akina Clothing</i>	Rp. 145.000
<i>Blackpink Sportwear</i>	Rp. 158.000

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa harga yang ditawarkan oleh kompetitor utama *Safero Sportwear* yaitu *Akina Clothing* dan *Blackpink Sportwear* memiliki perbedaan harga penjualan dimana harga yang termurah ada pada *Akna Clothing* dengan harga Rp. 145.000 dan produk *Safero Sportwear* diharga Rp. 150.000 sedangkan dari produk *Blackpink Sportwear* agak sedikit mahal dengan mematok harga sebesar Rp 158.000

Untuk menguji kualitas produk dari kedua kompetitor Safero *Sportwear* peneliti mencoba untuk mengobservasi produk dari kedua kompetitor baik melihat langsung produk dan menanyakan kepada konsumen yang kebetulan memesan produk dari hasil kesimpulan observasi yang peneliti lakukan secara produk Akina memiliki jahitan yang kurang rapi serta tinta print yang kurang merekat pada kain selain itu menurut beberapa konsumen kualitas print dari Akina lebih cepat pudar jika perawatannya tidak maksimal dan juga untuk pengemasan hanya menggunakan plastik biasa sehingga terkesan tidak maksimal dalam pengemasan. Sedangkan untuk produk dari Blackpink terkesan sama dengan produk dari Safero *Sportwear* baik secara kualitas dan pengemasan produk setelah di teliti kembali ternyata biaya bahan baku kain yang dipakai lebih mahal dari Safero *Sportwear*.

Dari hasil pengamatan tersebut konsumen menginginkan produk dengan kualitas yang baik serta harga yang terjangkau sehingga Safero *Sportwear* dihadapkan dengan dua pilihan yaitu mempertahankan harga dengan kualitas tetap atau memotong harga dengan kualitas yang menurun.

#### 4.2.3.2. Target Laba

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada *owner* perusahaan pada tanggal 10 Maret 2021, Owner berharap dapat menaikkan laba sebesar 5% dari penjualan seperti keterangan Owner berikut:

*Kalau bisa dengan penelitian yang mas jalankan ada metode yang bagus untuk menaikkan laba kami minimal sebanyak 5 %*

Oleh karena itu peneliti memberikan alternatif metode *Target Costing* untuk menghitung biaya operasional serta menaikkan laba perusahaan.

#### 4.2.3.3. Menentukan *Target Costing*

Dalam bukunya Wijaksono (2013) mengungkapkan bahwa *Target Costing* merupakan suatu sistem dimana penentuan harga pokok produksi merupakan harga yang di inginkan oleh (target) untuk digunakan sebagai landasan harga jual produk sehingga dapat memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan.

Dari penjelasan diatas berikut adalah Rumus *Target Costing* :

$$TC = P - M$$

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

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

$$M = \text{Laba}$$

Jika diaplikasikan terhadap target laba Safero *Sportwear* yang semula dihitung oleh peneliti hanya mendapatkan laba

sebesar 24% maka akan dinaikan sebesar 5% menjadi 29% berikut adalah perhitungannya :

$$\begin{aligned} TC &= \text{Rp } 9.000.000 - (29\% \times \text{Rp. } 9.000.000) \\ &= \text{Rp. } 9.000.000 - \text{Rp } 2.610.000 \\ &= 6.390.000 \end{aligned}$$

#### **4.2.3.4. Melakukan *Value Engineering* ( Rekayasa Nilai )**

Pada tahap *value engineering* ( rekayasa nilai) peneliti melakukan efisiensi biaya yang menghambat perusahaan untuk mencapai target laba yang ditentukan, oleh karena itu berikut adalah alternatif rekayasa nilai yang dapat di lakukan oleh perusahaan berdasarkan dari observasi yang dilakukan oleh peneliti

1. Bahan baku langsung
  - a. Kain Dry Fit

Bahan baku untuk melakukan pembuatan jersey dengan spesifikasi paket D yang ditentukan oleh Safero *Sportwear* adalah kain Dryfit yang diperoleh dari supplier perusahaan yaitu PT Indah Jaya Textile yang dihargai Rp 12.500 per meter dan bahan yang digunakan untuk membuat 60 jersey adalah 120 m sehingga perusahaan mengeluarkan biaya sebesar Rp 1.500.000 untuk pemesanan kain. Dalam observasi yang dilakukan oleh peneliti ternyata Akina Clothing mendapatkan harga yang lebih murah untuk permeter kain dryfit dimana supplier yang di gunakan oleh

Akina Clothing adalah Sentosa Jaya Textile yang berada di jalan kauman Kota Malang dimana harga yang di peroleh dengan spesifikasi kain yang sama adalah seharga Rp.10.000.

Untuk itu peneliti mencoba untuk memberikan alternatif pemindahan supplier kain kepada Sentosa jaya Textile sehingga perusahaan dapat menghemat sebesar Rp. 2500 per meter kain berikut selisih perbedaan dengan melakukan metode rekayasa nilai

**Tabel 4.11**  
**Sebelum Rekayasa Nilai Pembelian Kain Dryfit**

<b>Supplier</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga</b>
PT Indah Jaya Textile	120 m kain	Rp. 1.500.000
<b>Total</b>		<b>Rp. 1500.000</b>

**Tabel 4.12**  
**Setelah Rekayasa Nilai Pembelian Kain Dryfit**

<b>Supplier</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga</b>
Sentosa Jaya Textile	120m Kain	Rp. 1.200.000
<b>Total</b>		<b>Rp. 1.200.000</b>

Dari tabel diatas perusahaan dapat menghemat biaya pembelian kain dryfit sebagai bahan baku sebesar Rp.300.000

## 2. Biaya tenaga kerja langsung

Perusahaan mempekerjakan penjahit *freelance* untuk menghemat biaya produksi artinya penjahit hanya dibayar ketika

menggarap order dari konsumen dan perhitungan dari upah penjahit dihitung dari tiap jersey yang di selesaikan, upah yang diberikan perusahaan kepada penjahit adalah sebesar Rp. 24.000 dari setiap jersey yang diselesaikan. Setelah peneliti melihat pada dua kompetitor dan mewawancarai pekerja dari masing-masing kompetitor Safero *Sportwear*, faktanya pada Akina Clothing setiap penjahit hanya dibayar 20.000 untuk setiap jersey yang di selesaikan sedangkan selaras juga dengan Blackpink *Sportwear* juga membayar penjahit dengan harga Rp. 20.000, oleh karetna itu peneliti mengusulkan Safero *Sportwear* untuk menyamakan upah penjahit sebesar Rp.20.000 per produk yang dibuat sehingga perusahaan setidaknya dapat menghemat Rp.4000 dalam proses produksi jersey

**Tabel 4.13**  
**Rekayasa Nilai Upah penjahit**

<b>Upah Penjahit</b>	<b>Kuantitas Produksi</b>	<b>Upah perproduk</b>	<b>Total</b>
Sebelum dilakukan Rekayasa nilai	60 pcs jersey	Rp. 24.000	Rp. 1.440.000
Setelah dilakukan Rekayasa nilai	60 pcs jersey	Rp. 20.000	Rp. 1.200.000
<b>Selisih</b>			<b>Rp. 200.000</b>

Berdasarkan tabel diatas merupakan rekomendasi peneliti mengingat harga upah dari kompetitor adalah sama Rp 20.000 sehingga perusahaan bisa menghemat sekitar Rp.240.000



### 3. Biaya kemasan

Dalam rekayasa nilai untuk biaya kemasan perusahaan sudah melakukan model pengemasan yang baik sehingga produk jersey terkesan premium dengan plastik klip bersablon merk perusahaan dan juga sticker merk perusahaan dalam pemesanan sticker peneliti merekomendasikan membuat sticker dengan spesifikasi yang sama di Dinoyo Digital Printing , dikarenakan setelah dilakukan observasi oleh peneliti harga untuk 1 pcs sticker dapat diperoleh seharga Rp 800 sehingga perusahaan dapat menghemat sebesar Rp.200 untuk pembuatan sticker, jika sebelumnya perusahaan harus mengeluarkan sebesar Rp. 1000 untuk pembuatan 1 pcs sticker berikut hasil rekayasa biaya pengemasan sedangkan untuk plastik klip bersablon harga relatif sama dengan yang digunakan oleh Safero *Sportwear*:

**Tabel 4.14**  
**Setelah Rekayasa Nilai Biaya Pengemasan**

<b>Jenis barang</b>	<b>Harga per pcs</b>	<b>Total Qty</b>	<b>jumlah</b>
Sticker	Rp. 800	60	Rp. 48.000
Platik	Rp.1500	60	Rp. 90.000
<b>Total</b>			<b>Rp. 138.000</b>

### 4. Biaya *overhead* Perusahaan

Biaya *overhead* perusahaan setelah dilakukan rekayasa nilai yang sebelumnya telah ditentukan mengalami perubahan pada biaya kemasan berikut adalah biaya *overhead* setelah terjadi rekayasa nilai

**Tabel 4.15**  
**Biaya *Overhead* Perusahaan Setelah Mengalami Rekayasa Nilai**

<b>Jenis biaya</b>	<b>Jumlah</b>
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 150.000
Biaya listrik, air dan telpon	Rp. 200.000
Biaya kemasan	Rp. 138.000
Biaya bahan penolong	Rp. 30.000
<b>Total</b>	<b>Rp 518.000</b>

Berdasarkan tabel diatas biaya overhead perusahaan berubah dan mengalami penurunan sebesar Rp. 12.000 dari sebelumnya sebesar Rp.530.000 menjadi Rp. 518,000

Dengan demikian apabila perusahaan melakukan metakukan metode alternatif tersebut maka b iaya produksi perusahaan akan berubah sebagaii berikut

**Tabel 4.16**  
**Biaya Produksi Jersey Safero *Sportwear* Setelah *Target Costing***

Bahan Baku	Rp. 4.620.000
Tenaga Kerja Langsung	Rp. 1.200.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 518.000
<b>Total</b>	<b>Rp. 6.338.000</b>

Berdasarkan hasil biaya produksi setelah menggunakan metode *Target Costing* perusahaan dapat mengurangi biaya produksi hingga angka Rp 552.000 hal ini tentunya dapat meningkatkan keuntungan perusahaan hingga diatas 5% berikut adalah selisih biaya sebelum dan sesudah menggunakan metode *Target Costing*.

**Tabel 4.17**  
**Selisih biaya produksi sebelum dan sesudah menggunakan metode *Target Costing***

keterangan	Metode		selisih
	Sebelum <i>Target Costing</i>	Sesudah <i>Target Costing</i>	
Biaya bahan baku	Rp. 4.920.000	Rp. 4.620.000	
Tenaga kerja langsung	Rp. 1.440.000	Rp. 1.200.000	
Biaya Overhead pabrik	Rp. 530.000	Rp. 518.000	
<b>total</b>	<b>Rp. 6.890.000</b>	<b>Rp. 6.338.000</b>	<b>Rp. 552.000</b>

Berdasarkan uraian tabel diatas penerapan *Target Costing* dapat menekan biaya produksi hingga mencapai selisih sebesar Rp.552.000 selisih tersebut memberikan bukti bahwa metode *Target Costing* dapat memberikan keuntungan tambahan yang maksimal kepada operasional perusahaan jika diterapkan pada proses operasional perusahaan tentunya selisih tersebut dapat mempengaruhi laporan laba rugi perusahaan Safero *Sportwear* berikut adalah hasil perbandingan laba rugi sebelum dan sesudah diterapkannya metode *Target Costing* terhadap perusahaan.

**Tabel 4.18**  
**Perbedaan laba Perusahaan sebelum dan Sesudah Menerapkan Metode *Target Costing***

Safero <i>Sportwear</i> Laporan Laba Rugi Periode tanggal 20 Februari 2021		
Keterangan	Sebelum <i>Target Costing</i>	Sesudah <i>Target Costing</i>

Penjualan	<b>Rp. 9.000.000</b>	<b>Rp. 9.000.000</b>
Dikurangi		
Biaya bahan baku	Rp. 4.920.000	Rp. 4.620.000
Biaya tenaga kerja	Rp. 1.440.000	Rp. 1.200.000
langsung	Rp. 530.000	Rp. 518.000
Biaya overhead	<b>Rp. 6.890.000</b>	<b>Rp. 6.338.000</b>
Harga Pokok Penjualan		
<b>Laba Bersih</b>	<b>Rp. 2.110.000</b>	<b>Rp. 2.662.000</b>
<b>Presentase</b>	<b>24%</b>	<b>29%</b>

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui apabila perusahaan menggunakan metode *Target Costing* pada operasional produksi 60 jersey maka akan menurunkan biaya produksi sebesar Rp. 552.000 sehingga akan berdampak positif atas laba yang diterima oleh perusahaan dimana dari 24% laba perusahaan diawal akan meningkat hingga 5%.

Perusahaan harus mengurangi dan mengefisiensikan biaya yang dikeluarkan serta mencari sebanyak-banyaknya perbandingan harga dari supplier yang akan digunakan sehingga berdampak baik pada penentuan laba perusahaan.

#### 4.3. Implikasi Penelitian

Dalam jurnal penelitian yang membahas tentang *Target costing* dengan judul "*Target Costing: Exploring the Consept and Reletion to Competitive*" yang dilakukan oleh Alfonso Carneiro pada tahun 2014

mengemukakan bahwa *if then, Implements and uses Target Costing and it to be key to competitive advantage, Target Costing should push organizational capabilities to align product or service to spesific markets demand*. Singkatnya penelitian ini menjelaskan bahwa *Target Costing* dapat diaplikasikan oleh perusahaan guna menghadapi kompetisi usaha untuk tetap eksis. perusahaan harus terus mendorong kemampuan produksi yang sesuai dengan permintaan pasar dengan tetap mempertahankan kualitas pada produk yang dihasilkan begitu pula pada Safero *Sportwear* dengan diterapkan *Target Costing* diharapkan perusahaan dapat terus menghadapi persaingan usaha sejenis dengan tetap eksis dan juga tetap mempertahankan kualitas produksi dimata konsumen.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas tentang pengaruh penerapan metode *Target Costing* pada Safero *Sportwear* menunjukkan peningkatan laba yang signifikan dan efektif untuk diterapkan dengan kesimpulan hasil penelitian yaitu perusahaan dapat menggunakan metode *Target Costing* untuk mengurangi biaya produksi 60 pcs jersey dengan spesifikasi paket D biaya yang dapat dikurangi diantaranya biaya bahan baku kain drifit yang awalnya perusahaan mendapatkan harga Rp 12.500 setiap meternya dari PT Indah Jaya Textile dapat diturunkan ke harga Rp 10.000 dengan mengambil bahan baku dari supplier Sentosa Jaya sehingga perusahaan dapat menghemat sebesar Rp. 2500 permeter kain. Kemudian upah tenaga kerja yaitu penjahit yang digunakan dapat diturunkan dari harga Rp. 24.000 menjadi Rp. 20.000 karena dari kedua perusahaan kompetitor menggunakan standar upah yang sama kepada setiap penjahitnya. Kemudian juga pembuatan sticker yang bisa diturunkan sebesar Rp 200 dari awal harga per pcs stiker Rp. 1000 menjadi Rp 800.

Dengan Penerapan metode *Target Costing* Perusahaan dapat meningkatkan laba sebesar 5% dari sebelumnya 24% menjadi 29%. Dengan rincian biaya yang dikeluarkan menurun dari Rp 6.890.000 menjadi Rp. 6.338.000 dengan selisih biaya sebesar Rp. 552.000. Setelah diterapkan

*Target Costing* laba yang diperoleh meningkat dari Rp. 2.110.000 menjadi Rp. 2.662.000.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas penulis memberikan alternatif kepada Safero *Sportwear* sebagai berikut

1. menggunakan metode *Target Costing* sebagai landasan penentuan biaya sehingga dapat lebih efisien. Perusahaan perlu membuat rancangan biaya produksi dengan memperhatikan keinginan konsumen dan juga produk kompetitor
2. memperhatikan dan mengedukasi karyawan terkait metode pencatatan dan pengakuan biaya produksi baik mulai transaksi keuangan hingga membuat laba rugi sehingga pemilik perusahaan dapat memantau dengan baik terkait operasional perusahaan
3. kepada peneliti kedepan peneliti menyarankan untuk menarapkan metode *Target Costing* dengan variasi yang berbeda baik secara objek, atau metode.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an al-Karim dan Terjemahan Al-'Arafayat 85
- Al-Qur'an al-Karim dan Terjemahan An-Nissa' ayat 29
- Asmuni, Mth.(2010). *Penetapan Harga dalam Islam: Perpektif Fikih dan Ekonomiislamperpektif.html*.
- Anggreini, Merry Sumakuldkk. (2018). "*Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada Cv.Verel Tri Putra Mandiri*" Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi, Universitas Sam Ratulangi, Jl. Kampus Bahu, Manado, 95115, Indonesia.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atkinson, AA. and Kaplan, Robert S. (2013). *Advanced Management Accounting*. 3rd Edition - Limited. Pearson Education.
- Clarissa, Christy Wuysang. (2019). "*Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Untuk Peningkatan Laba Kotor pada UD. JJ Bakery*" Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi Universitas Sam Ratulangi Manado
- Hadits riwayat Muslim, Ahmad, dan Abu Dawud no. 829.
- Hadis riwayat Ibnu Majah dan Tirmidzi mengesahkannya no. 830.
- Hakim,Lukman. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonom Islami*, Erlangga : Yogyakarta
- Hansen dan Mowen. (2009). *Akuntansi Manajerial*, Buku 1 Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Harini,(2008). *Makroekonomi Pengantar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hidayat, A. Alimul. (2010). *Metode Penelitian Kesehatan Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Heat Books..
- Huda, Nurul, et al.(2010).*Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis*, Kencana: Jakarta.



- Khasanah Roisatul, Raharjo Kharis, Hartono.(2017). *Analisi Penerapan Metode Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efesiensi Biaya Produksi Untuk Memaksimalkan Laba ( Studi Pada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka Di Salatiga Di Tahun 2016) Jurnal Akuntansi*. Fakultas Ekonomika Dana Bisnis Universitas Pandanaran,Semarang.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2011). 10th Edition. *Marketing anIntroduction*. Indonesia: Perason.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Krismiaji. (2011). *Akuntansi Manajemen*. Edisi 2. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN: Yogyakarta.
- Kusuma, Indra Lila dan Ayu Noorida Soerono. (2008). “*Target Costing : Alternatif Terbaik Penentuan Cost*”. Vol 89 (Juni) : 47 – 54. Riset Ekonomi dan Bisnis”. Vol 8 No 1 (Maret) : 26 - 36.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi, (2015). *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya*. Akademi Manajemen Perusahaan. YKPN: Yogyakarta.
- Nurul Ikhsan Arifin, Karamoy Herman. Kalalo Meily.(2016). *Analisis Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery*, Jurnal Akuntansi Vol 16 No.6.
- Purwaningsari, Tiah M. (2015). *Analisis Penentuan Harga Jual Berbasis Target Costing Studi Kasus pada CV. Khatara Konstruksi Kraksaan Probolinggo*. Skripsi (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Rudianto.(2013). *Akuntansi Manajemen: Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Samryn. (2012). *Akuntansi Manajerial Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta

- Sumarsid. (2011). *Pendekatan Metoda Activity Based Costing pada Perencanaan Harga Pokok Produksi untuk Memperoleh keunggulan Bersaing. Jurnal Manajemen Keuangan dan Akuntansi*, Vol.5 No.1 (Maret): 71-90.
- Syah, Hidayat.(2010).*Pengantar Umum Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Verivikatif*. Pekanbaru : Suska Pres.
- Wirajaya, Asep Yudha. (2008). *Berbahasa dan Bersastra Indonesia: untuk SMP atau MTs kelas VIII*. Jakarta: Pusat Perbukuan, Departemen Pendidikan Nasional.
- Witjaksono. (2013). *Akuntansi Biaya*. Edisi Revisi. Graha Ilmu:Yogyakarta.

## Lampiran 1 bukti penelitian



**Gambar 1:** foto bersama owner safero *Sportwear*



**Gambar 2:** tahap produksi



**Gambar 3: Berbincang bersama bagian produksi**

**Lampiran 2 biodata penulis****BIODATA PENELITIAN**

Nama lengkap : Fajrin Haqiqi  
Tempat, tanggal lahir : Paraman Ampalu, 9 November 1994  
Alamat asal : Paraman Ampalu, Kec. Gunung Tuleh,  
Kab.Pasaman Barat, Prov. Sumatera Barat  
Alamat Kos : Jalan Tata Surya ½ Kota Malang  
No. Handphone : 082351917729  
E-mail : [fajrinhaqiqi99@gmail.com](mailto:fajrinhaqiqi99@gmail.com)

**Pendidikan formal**

1998-2002 : TK Dharma Wanita Paraman Ampalu  
2002-2008 : SDN 06 Gunung tuleh  
2008- 2015 : Pondok Modern Darussalam Gontor Ponorogo  
2015- 2021 : Jurusan Akuntansi Uin Maulana Malik Ibrahim  
Malang

### Lampiran 3 Wawancara

#### 1. Bagaimana peta pemasaran pada konveksi Safero Sportwear ini?

*Untuk peta pemasaran Safero fokus terhadap institusi pendidikan di Kota Malang terutama di tataran universitas- universitas di Kota Malang karena Malang terkenal dengan Kota Pendidikan Selain itu banyak nya UKM dan Event Olahraga menjadi peluang tersendiri Untuk Safero.*

#### 2. Dimana pembelian bahan bahan yang dibutuhkan untuk produksi?

*Untuk bahan baku kain kami membeli dari rekanan kami yaitu Indah Jaya Textile Sedangkan untuk bahan pernik seperti karet leher dan benang kami beli di pasar besar yaitu toko muria jaya.*

#### 3. Bagaimana sistem penjahitan produk jersey?

*Untuk penjahit sistem nya freelance jadi hanya dipanggil ketika ada orderan dan upah di bayar per kaos yang dijahit untuk penjahit juga harus memiliki keahlian sablon karena menangani jersey sampai di sablon.*

#### 4. Berapa gaji karyawan?

*gaji pokok untuk 3 karyawan kami masing-masing yaitu 1,500,000 perbulan.*

#### 5. Bagaimana pencatatan akuntansi yang diterapkan di konveksi ini?

*kalau disini pencatatan dengan standar akuntansi belum dilakukan hanya dilakukan pencatatan pengeluaran setiap produksi pesanan dari konsumen dan nanti oleh admoin akan dilaporkan kesaya sebagai owner.*

#### 6. Bagaimana perusahaan menentukan suatu laba?

*Dalam menentukan laba perusahaan hanya menaikan 30% dari total biaya produksi dan dibebankan kepada keseluruhan produk yang dipesan pelanggan karena margin laba nya memang segitu tanpa harus melihat kompetitor lain.*

#### 7. Adakah kompetitor lain yang berinteraksi dengan perusahaan?

*Ada dua kompetitor dengan produk yang sama karena lokasi yang berdekatan serta target pasar yang sama yaitu Akina Clothing dan Blackpink Sportwear.*

**8. Apa harapan anda sebagai owner dalam penelitian saya ini?**

*Kalau bisa dengan penelitian yang mas jalankan ada metode yang bagus untuk menaikkan laba kami minimal sebanyak 5 %*

**9. Apa dampak pengaruh perusahaan terhadap covid 19?**

*Sangat berpengaruh sekali diawal pandemi, sangat signifikan dikarenakan produk yang dijual berkaitan dengan kegiatan keramaian, tapi kemarin buat inovasi untuk fokus digital marketing, sama market yang tidak mati dikala pandemi, seperti jersey gowes, baju olahraga yang sifatnya sendirian, perbandingan dengan kompetitor, kita membuat inovasi dengan menerima pembuatan satuan kilo sedangkan kompetitor masih jarang bahkan hampir tidak ada yang menerima pengerjaan satuan sama estimasi waktu yang pengerjaan lebih cepat daripada kompetitor.*

### Lampiran 4 Bukti Konsultasi




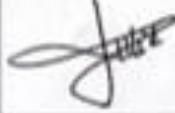


#### Bukti konsultasi

Nama : fajrin haqiqi




NIM/Akuntansi : 15520090/Akuntansi

Pembimbing : Yulianti, S.Sos., MSA

Judul Skripsi : Penerapan Target Costing Dalam Upaya Peningkatan Laba Studi Pada Konveksi Safero Sportwear Kota Malang

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	15/11/2020	Konsultasi judul skripsi	
2	21/11/2020	Konsultasi bab 1, 2, dan 3 tentang penyesuaian terhadap buku pedoman dan konsistensi urutan tentang penelitian terdahulu	
3	14/01/2020	Revisi bab 1,2 dan 3 tentang alasan memilih lokasi penelitian dan menyebutkan sumber yang diwawancarai	
4	16/01/2020	Revisi bab 1,2 dan 3 tentang melengkapi daftar pustaka dengan buku acuan penelitian	
5	22/01/2020	Revisi bab 1,2 dan 3 tentang spasi dipastikan 1,5 dan juga awal paragraf 6 ketukan	
6	23/01/2020	Revisi bab 1,2 dan 3 tentang halaman berikutnya diberi header pada tabel dan menjelaskan subyek penelitian menurut para ahli dan seminar proposal	

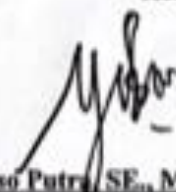


7	07/04/2021	Revisi bab 4 tentang pembahasan 1. Konsistenkan pada paket produk yang dibahas 2. Cek perhitungan setiap tabel yang dibuat	
8	25/04/2021	1. Rumusan masalah jangan digunakan numerik A didaftar isi ditulis 1.2 tolong diperiksa 2. Kerangka berfikir penulisan gunakan analisa 3. Lengkapi lampiran 3 dengan wawancara	
9	02/05/2021	Tolong segera diperbaiki revisi skripsinya agar pada saat sewaktu waktu dari jauh jauh hari sudah rapi dan bagus datanya	

Malang, 28 Desember 2021

Mengetahui:

Ketua Jurusan Akuntansi,



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