

**ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* STUDI KASUS  
PADA UMKM BATIK SARI KENONGO LINTANG  
SKRIPSI**



**Oleh**

**ATOK ILLAH**

**NIM : 19520032**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2023**

**ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* STUDI KASUS  
PADA UMKM BATIK SARI KENONGO LINTANG**

**SKRIPSI**

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



**Oleh**

**ATOK ILLAH**

**NIM : 19520032**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2023**

# **LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* STUDI KASUS  
PADA UMKM BATIK SARI KENONGO LINTANG**

## **SKRIPSI**

Oleh

**ATOK ILLAH**

NIM : 19520032

Telah disetujui pada tanggal 16 Juni 2023

**Dosen Pembimbing,**



**Novi Lailiyul Wafiroh, M.A.**

**NIP 199211012019032020**

**LEMBAR PENGESAHAN****ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* STUDI KASUS  
PADA UMKM BATIK SARI KENONGO LINTANG****SKRIPSI**

Oleh

**ATOK ILLAH**

NIM : 19520032

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)  
Pada 26 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1 Ketua Penguji

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

NIP. 197606172008012020



2 Anggota Penguji

**Fatmawati Zahroh, M.S.A**

NIP. 198602282019032010



3 Sekretaris Penguji

**Novi Lailiyul Wafiroh, M.A**

NIP. 199211012019032020



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,

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

NIP. 197606172008012020

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atok Illah  
NIM : 19520032  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Akuntansi

menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

### **ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* STUDI KASUS PADA UMKM BATIK SARI KENONGO LINTANG**

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

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



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Saya mengucapkan terima kasih dan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas keberhasilan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan. Sehingga saya dapat mencapai titik ini. Tanpa kasih sayang dan pengasuhan mereka, saya tidak akan bisa mencapai apa yang saya miliki dalam hidup ini.

Saya juga ingin menyampaikan penghargaan saya kepada para dosen Fakultas Ekonomi yang terhormat, yang telah memberi saya wadah untuk mengembangkan dan memperoleh pengetahuan, yang membekali saya untuk menghadapi tantangan di masa depan.

Selanjutnya, saya persembahkan skripsi ini kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusi dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.

## **HALAMAN MOTTO**

“Orang pesimis melihat kesulitan dalam setiap kesempatan, tapi orang optimis melihat kesempatan dalam setiap kesulitan.”

**-Ali Bin Abi Thalib-**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Analisis Penerapan Target Costing Studi Kasus Pada Umkm Batik Sari Kenongo Lintang*". Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan dan kontribusi dari berbagai pihak. Pada kesempatan yang istimewa ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Zainuddin, M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.E.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, S.E., M.Bus., Ak., CA, M.Res., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Fadlil Abdani, M.A. selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, sekaligus sebagai Dosen Wali.
5. Ibu Novi Lailiyul Wafiroh, M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar membimbing serta memberikan motivasi dan masukan dalam pengerjaan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Ibu, ayah, kakak, dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa serta dukungan secara moral dan spiritual.
8. Keluarga kontrakan Al-Barokah yang selalu memberikan dukungan positif serta membawa keceriaan dan kegembiraan.
9. Teman-teman akuntansi 2019 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.



10. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Sebagai penutup, penulis dengan rendah hati mengakui bahwa skripsi ini masih merupakan sebuah karya yang masih dalam proses dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan ini. Penulis sangat berharap semoga skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat. Amin, yaa Robbal 'Aalamin.

Malang, Juni 2023



Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kajian Teoritis .....	23
2.2.1 Biaya .....	23
2.2.2 Laba.....	27
2.2.3 Target Costing.....	28
2.2.4 Integrasi Keislaman.....	30
2.3 Kerangka Berfikir .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	33
3.2 Lokasi Penelitian.....	33
3.3 Subjek Penelitian .....	33
3.4 Data dan Jenis Data.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1 Latar Belakang Berdirinya UMKM Batik Sari Kenongo Lintang .....	39
4.1.2 Visi dan Misi Batik Sari Kenongo Lintang.....	42
4.1.3 Struktur Organisasi .....	43

4.1.4 Produk yang Dihasilkan .....	44
4.1.5 Pemasaran Produk.....	52
4.1.6 Biaya Produksi .....	57
4.1.7 Proses Produksi .....	62
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	66
4.2.1 Penerapan <i>Target Costing</i> sebagai perhitungan biaya produksi pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang .....	66
4.2.2 Penerapan <i>Target Costing</i> sebagai upaya peningkatan laba .....	70
<b>BAB V Kesimpulan dan Saran .....</b>	<b>86</b>
5.1 Kesimpulan .....	86
5.2 Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 4.1 Hasil Produksi Batik Printing Pakaian Jadi .....	66
Tabel 4.2 Hasil Kain Batik Printing Bahan Bulan April Tahun 2023 .....	67
Tabel 4.3 Biaya Bahan Baku.....	67
Tabel 4.4 Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	68
Tabel 4.5 Biaya Overhead Pabrik .....	69
Tabel 4.6 Biaya Produksi Batik Sari Kenongo Lintang.....	69
Tabel 4.7 Perhitungan Harga Jual dengan Metode Tradisional .....	70
Tabel 4.8 Daftar Harga Pasar Seragam SD.....	71
Tabel 4.9 Daftar Harga Pasar Seragam SMA .....	71
Tabel 4.10 Daftar Harga Pasar Seragam Haji .....	72
Tabel 4.11 Penjualan Produk Batik Sari Kenongo Lintang .....	73
Tabel 4.12 Persentase Penjualan Produk .....	74
Tabel 4.13 Harga Pokok Produksi Per Unit.....	75
Tabel 4.14 Perhitungan Margin Laba Batik Sari Kenongo Lintang .....	75
Tabel 4.15 Perhitungan Target Costing .....	76
Tabel 4.16 Biaya Bahan Baku Setelah Rekayasa Nilai.....	78
Tabel 4.17 Biaya Tenaga Kerja Lansung Setelah Rekayasa Nilai.....	79
Tabel 4.18 Biaya Overhead Pabrik Setelah Rekayasa Nilai .....	80
Tabel 4.19 Biaya Produksi Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai .....	80
Tabel 4.20 Perhitungan HPP Per unit Setelah Rekayasa Nilai .....	81
Tabel 4.21 Perbandingan HPP dengan Target Cost.....	81
Tabel 4.22 Perhitungan Margin Laba Setelah Rekayasa Nilai .....	81
Tabel 4.23 Perbandingan HPP Sebelum dan Sesudah Rekayasa Nilai .....	82
Tabel 4. 24 Selisih Biaya Menurut Perusahaan dan <i>Target Costing</i> .....	82
Tabel 4.25 Persediaan Barang Jadi Batik Printing Sebelum <i>Target Costing</i> ... 83	
Tabel 4. 26 Laporan Laba/Rugu Sebelum Target Costing.....	84
Tabel 4.27 Persediaan Barang Jadi Batik Printing Setelah <i>Target Costing</i> .....	84
Tabel 4.28 Laporan Laba/Rugi Setelah <i>Target Costing</i> .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah UMKM Tahun 2010 Sampai Tahun 2023 .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Batik Sari Kenongo Lintang .....	43
Gambar 4.2 Produk Batik Tulis Bahan .....	47
Gambar 4.3 Produk Batik Tulis Pakaian Jadi .....	48
Gambar 4.4 Produk Batik Printing Bahan .....	51
Gambar 4.5 Produk Batik Printing Pakaian Jadi.....	52
Gambar 4.6 Proses Produksi Batik Tulis .....	64
Gambar 4.7 Proses Produksi Batik Printing.....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	89
Lampiran 2.....	95
Lampiran 3.....	97

## ABSTRAK

Illah. Atok. 2023. SKRIPSI. Judul: “Analisis Penerapan *Target Costing* Studi Kasus Pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang”

Pembimbing : Novi Lailiyul Wafiroh, M.A.

Kata Kunci : *Target Costing*, Rekayasa Nilai, Biaya Produksi, Laba

---

---

*Target costing* adalah suatu metode penentuan biaya produksi yang di mana penentuan biaya produksi yang dikeluarkan berdasarkan harga pasar yang ada. Sehingga perusahaan dapat memenuhi target laba yang diinginkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan metode *target costing* dalam upaya mencapai efisiensi biaya, sehingga dapat membantu Batik Sari Kenongo Lintang untuk meningkatkan laba sesuai dengan yang diinginkan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan jenis data primer dan data sekunder berupa melakukan wawancara, dan dokumentasi. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis dengan cara menentukan harga pasar, penentuan laba, menentukan *target costing*, dan melakukan rekayasa nilai.

Hasil dari penelitian ini adalah metode *target costing* dapat diterapkan dalam penentuan biaya produksi yang lebih efisien daripada sebelumnya, dan alternatif yang bagus untuk mencapai target laba yang diinginkan dengan menekan biaya-biaya yang terjadi dalam proses desain dan pengembangan produk.

## **ABSTRACT**

*Illah. Atok. 2023. THESIS. Title: "Analysis of the Application of Target Costing Case Study on MSMEs Batik Sari Kenongo Lintang"*

*Supervisor : Novi Lailiyul Wafiroh, M.A.*

*Keywords : Target Costing, Value Engineering, Production Cost, Profit*

---

---

*Target costing is a method of determining production costs in which the determination of production costs incurred is based on existing market prices. So that the company can meet the desired profit target. The purpose of this study is to apply the target costing method in an effort to achieve cost efficiency, so that it can help Batik Sari Kenongo Lintang to increase profits as desired.*

*This type of research is research using a qualitative approach with a case study method. The data used in this study is a type of primary data and secondary data in the form of conducting interviews, and documentation. This study uses analytical methods by determining market prices, determining profits, determining target costing, and performing value engineering.*

*The result of this study is that the target costing method can be applied in determining production costs more efficiently than before, and a good alternative to achieve the desired profit target by reducing costs incurred in the product design and development process.*



## تجريدي

الله. تسك. 2023. أطروحة. العنوان: "تحليل تطبيق دراسة حالة *التكلفة المستهدفة* على الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة باتيك ساري كينونجو لينتانغ"  
المشرف : نوفي ليليول وافروه، ماجستير.  
الكلمات المفتاحية : *التكلفة المستهدفة* ، هندسة القيمة ، تكلفة الإنتاج ، الربح

---

---

*التكلفة المستهدفة* هي طريقة لتحديد تكاليف الإنتاج التي يعتمد فيها تحديد تكاليف الإنتاج المتكبدة على أسعار السوق الحالية. حتى تتمكن الشركة من تحقيق هدف الربح المطلوب. الغرض من هذه الدراسة هو تطبيق طريقة *التكلفة المستهدفة* في محاولة لتحقيق كفاءة التكلفة ، بحيث يمكن أن تساعد Batik Sari Kenongo Lintang على زيادة الأرباح حسب الرغبة.

هذا النوع من البحث هو البحث باستخدام نهج نوعي مع طريقة دراسة الحالة. البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي نوع من البيانات الأولية والبيانات الثانوية في شكل إجراء المقابلات والتوثيق. تستخدم هذه الدراسة الأساليب التحليلية من خلال تحديد أسعار السوق وتحديد الأرباح وتحديد *التكلفة المستهدفة* وإجراء هندسة القيمة.

نتيجة هذه الدراسة أنه يمكن تطبيق طريقة *التكلفة المستهدفة* في تحديد تكاليف الإنتاج بشكل أكثر كفاءة من ذي قبل، وبديل جيد لتحقيق هدف الربح المنشود من خلال تقليل التكاليف المتكبدة في عملية تصميم وتطوير المنتج.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

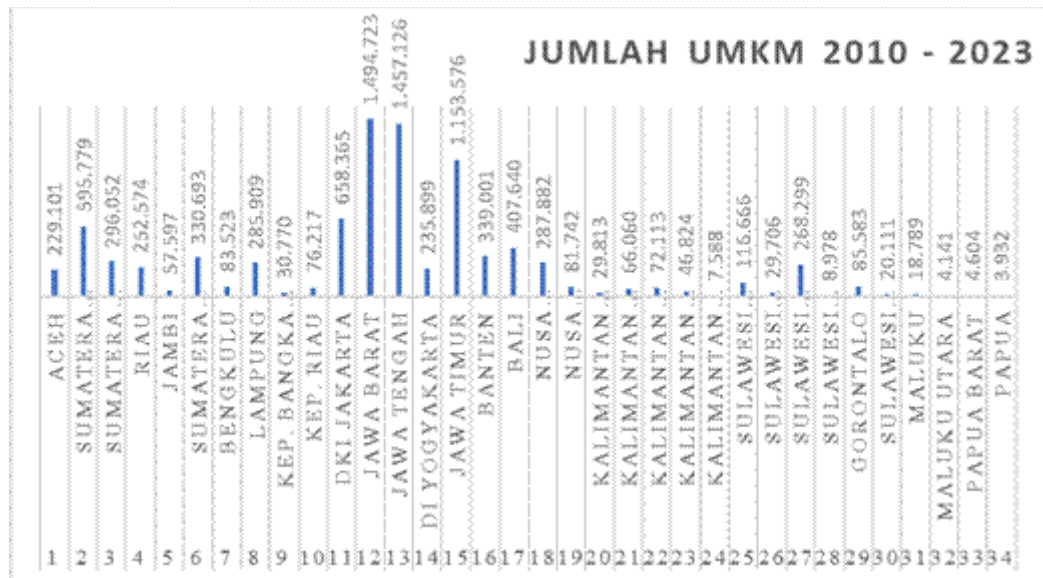
### **1.1 Latar Belakang**

Memasuki era industri 4.0 pada saat ini, setiap badan usaha diharuskan mempunyai kelebihan tersendiri yang menjadikannya dapat *survive* dan memenangkan persaingan dengan kompetitor yang semakin banyak bermunculan. Perusahaan-perusahaan yang sudah besar dan berdiri sejak lama pun terancam keberadaannya dengan tumbuh pesatnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia (Ikhsan et al., 2016).

Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) tidak bisa dipandang remeh dalam perekonomian nasional Indonesia. Keunggulan sektor ini adalah dapat menyongsong ketidakpastian keadaan pasar dan perkembangannya yang cenderung dinamis dari waktu ke waktu (S & Prajawati, 2020). Hal tersebut tercemin pada saat terjadinya krisis tahun 1998 dan 2008 UMKM dapat bertahan dalam kondisi dua kali krisis tersebut, bahkan UMKM yang berfokus dalam pasar luar negeri dengan bahan baku lokal mampu mendapatkan keuntungan yang cukup signifikan (Hastuti, 2021).

Menurut Kementrian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (KEMENKOUKM), Jumlah Total UMKM mulai Tahun 2010 sampai 2023 sudah tembus diangka satu juta lebih pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Hal tersebut dapat dilihat dari gambar 1.1 Jumlah UMKM 2010 – 2023.

**Gambar 1.1 Jumlah UMKM Tahun 2010 Sampai Tahun 2023**



Pada gambar 1.1 bisa dilihat tiga provinsi dengan jumlah UMKM terbanyak yaitu Provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah dan urutan ke tiga dari Provinsi Jawa Timur dengan jumlah 1.494.723, 1.457.126, dan 1.153.576 Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Provinsi Jawa Timur pemegang peringkat ke tiga UMKM terbanyak dengan keberagaman jenisnya mulai dari makanan, minuman, pakaian, dan lain sebagainya. Salah satunya yaitu UMKM pakaian khususnya batik, batik adalah salah satu pakaian khas Indonesia yang kepopulerannya sudah diakui internasional. Bahkan UNESCO menjadikan batik sebagai *the Intangible Cultural Heritage of Humanity* pada tanggal 2 Oktober 2009 (Atika et al., 2020).

Kabupaten di Jawa Timur dengan jumlah UMKM batik yang cukup banyak yaitu Kabupaten Sidoarjo yang memiliki lebih dari 15.000 UMKM batik (Dewantoro,

2022). Salah satunya yaitu Batik Sari Kenongo Lintang yang menjadi UMKM yang sudah terkenal dan memiliki pangsa pasar yang cukup besar. Didirikan pada tahun 1997 oleh generasi pertama yang awalnya adalah sebuah usaha keluarga yang kecil, dan setelah pergantian beberapa generasi mulai dari generasi pertama yaitu nenek, kemudian mama, dan Ibu Lintang Septi Hartono sebagai generasi ke tiga Batik Sari Kenongo Lintang mengalami kemajuan serta perkembangan cukup signifikan.

Pada tahun 2016, Ibu Lintang Septi Hartono melakukan pengembangan usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan melakukan pendaftaran usahanya untuk menjadi sebuah *Commanditaire Vennootschap* (CV). Hal tersebut dilakukan karena tuntutan pasar yang kebanyakan konsumennya adalah berasal dari instansi pemerintahan, instansi sekolah dan instansi lain yang menginginkan bentuk kelegalan usaha untuk dapat melakukan kerjasama jual beli. Perjalanan Batik Sari Kenongo Lintang dari awal yang masih berbentuk usaha keluarga hingga berbentuk CV, tidaklah serta merta lancar dan tidak ada masalah dan tantangan sama sekali. Kemunculan pandemi covid-19 pada awal tahun 2020 berdampak pada seluruh sektor ekonomi tidak terkecuali Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengalami keterpurukan karena kenaikan yang signifikan dari harga pangan global (Rahmasania et al., 2022). Bahkan Pandemi COVID-19 telah menyebabkan hampir 120 negara menutup proses pembelajaran tatap muka, mulai dari sekolah dasar hingga sekolah dasar hingga perguruan tinggi. Langkah ini terpaksa diambil untuk menekan penularan penularan wabah, meskipun kebijakan ini belum terbukti efektif dalam meminimalisir penyebaran COVID-19 (Haris et al., 2022).

Penurunan perekonomian masyarakat dengan adanya pandemi *covid-19* sehingga menyebabkan terganggunya aktivitas bisnis. Selain itu, adanya pandemi memunculkan berbagai peluang baru bagi para pelaku bisnis. Disisi lain, banyak pelaku usaha yang berusaha untuk melewati tantangan tersebut untuk dapat terus berkembang dan mempertahankan kelangsungan hidup dalam bisnis yang dilakukan (Supit et al., 2022). Munculnya pandemi *covid-19* sangat mempengaruhi kegiatan bisnis yang dilakukan Batik Sari Kenongo Lintang. Banyak kesempatan-kesempatan untuk memperoleh laba lebih yang hilang, karena kegiatan bisnis yang terhenti dan para karyawan dipulangkan akibat dari adanya aturan dari pemerintah untuk terus menjaga jarak ditengah pandemi.

Selain itu, sepi nya orderan dari konsumen yang disebabkan oleh para konsumen yang mementingkan untuk membeli barang-barang untuk dapat bertahan hidup ditengah pandemi tidak memikirkan lagi tentang fashion. Hal tersebut mempengaruhi laba yang didapat Batik Sari Kenongo Lintang bahkan mengalami kerugian yang belum pernah terjadi sebelumnya. Ibu Lintang sendiri mengatakan bahwa sampai saat ini bisnisnya masih merangkak bangkit dari keterpurukan sewaktu pandemi *covid-19*.

Munculnya pandemi *covid-19*, menjadi tantangan sendiri untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup bisnis. Strategi-strategi yang mumpuni diperlukan dalam menghadapi tantangan tersebut. Salah satu strategi yang saat ini populer digunakan pada perusahaan-perusahaan untuk mencapai efektivitas dan efisiensi biaya yaitu dengan melakukan *Cost Reduction Program* (Nikmatullah & Widarsono, 2014). Cara termudah dan paling pasti dalam upaya meningkatkan laba

atau keuntungan dalam jangka pendek adalah dengan menggunakan *Cost Reduction*. Pengalokasian biaya pada perusahaan perlu mempertimbangkan efektivitas dan efisiensi yang berarti alokasi biaya yang dilakukan harus menciptakan pendapatan tertentu yang pengalokasiannya lebih tinggi dari alokasi biaya yang lain.

Ada beberapa metode yang bisa digunakan dalam penerapan *cost reduction program*, yang digunakan dalam penelitian ini berupa metode *Target Costing*. Pengertian dari *target costing* sendiri adalah sebuah metode untuk penentuan biaya suatu produk atau jasa yang berdasarkan pada harga (*target price*) yang dapat diterima oleh pasar (Mulyadi, 2003). *Target costing* digunakan dalam perusahaan untuk menciptakan produk atau jasa yang sesuai dengan target pasar sekaligus juga dapat memenuhi target laba yang telah ditetapkan perusahaan, karena metode *target costing* memperhatikan seluruh *cost* produk dalam siklus hidup suatu produk, serta penurunan biaya total pada produk (Erviqa & Fahrozi, 2022).

Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Erviqa & Fahrozi (2022), yang berjudul “Analisis Penerapan *Target Costing* Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Tangki Air Fiber” menyimpulkan bahwa *target costing* apabila diterapkan di UD KBS lebih efisien dalam menekan biaya produksi dibandingkan dengan yang dilakukan perusahaan. Penerapan *target costing* memiliki dampak positif terhadap perusahaan dengan memperoleh penghematan biaya sebesar 8,5% dibandingkan dengan sebelum menggunakan metode *target costing*.

Menurut Pratiwi & Wirananda (2022), dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Perbandingan Penerapan *Target Costing* dan *Activity Based Costing*

dalam Pengendalian Biaya Produksi pada UD. Ratu Bakery and Cakae Shop” dengan hasil perbedaan yang signifikan antara perhitungan menggunakan metode *target costing* dengan *activity based costing*. Penerapan metode *target costing* pada UD Bakery Shop and Cake Shop masih belum tepat dalam meningkatkan laba karena jumlah biaya produksi yang tinggi. Sedangkan penerapan metode *activity based costing* tepat untuk peningkatan laba perusahaan, karena jumlah biaya produksi yang lebih sedikit.

Penelitian yang dilakukan oleh Hastuti (2021), dengan judul “Penerapan *Cost Reduction Strategies* pada Usaha Kecil Menengah (UMKM) Kota Bogor” mendapatkan hasil bahwa pengusaha UMKM berfokus pada melakukan perbaikan proses produksi terlebih dahulu dan melakukan efisiensi Sumber Daya Manusia sebagai pilihan terakhir saat terjadinya penurunan omset.

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, penulis ingin melakukan penelitian mengenai *Target Costing* dengan judul “Analisis Penerapan *Target Costing* Studi Kasus Pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, bisa di rumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana penerapan metode *Target Costing* berperan dalam mencapai efisiensi biaya pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Batik Sari Kenongo Lintang?
2. Bagaimana penerapan metode *Target Costing* berperan terhadap peningkatan laba pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Batik Sari Kenongo Lintang?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk dapat mengetahui penerapan metode *Target Costing* dalam mencapai efisiensi biaya pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Batik Sari Kenongo Lintang.
2. Untuk dapat mengetahui penerapan metode *Target Costing* terhadap peningkatan laba pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Batik Sari Kenongo Lintang.

Sedangkan berdasarkan dari penjelasan tujuan diatas, maka manfaat yang bisa diambil dengan dilakukan penelitian ini dapat berguna untuk berbagai pihak diantara-Nya yaitu:

1. Manfaat Secara Teoritis

Dengan dilakukan penelitian diharapkan bisa memberikan referensi dan pendalaman terhadap perkembangan ilmu akuntansi khususnya untuk pendalaman terhadap teori metode *Target Costing*.

2. Manfaat Secara Praktisi

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi sebuah media bagi peneliti untuk bisa menerapkan pengetahuan yang selama ini diperoleh, khususnya dalam ilmu akuntansi dalam penerapan *Target Costing* demi tercapainya efisiensi biaya untuk peningkatan laba .

- b. Bagi UMKM



Penelitian ini bisa menjadi masukan atau referensi bagi para pelaku UMKM batik yang ada di Indonesia tentang penerapan *Target Costing* demi tercapainya efisiensi biaya untuk peningkatan laba.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini bermanfaat untuk bisa dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkeinginan melakukan penelitian dengan tema *target costing*.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai referensi dan acuan dalam penyusunan penelitian yang dilakukan. Penulis mengambil beberapa sampel penelitian terdahulu untuk menambah teori-teori yang digunakan dan memperbanyak bahan kajian dalam penelitian. Pembaharuan penelitian dari tahun ke tahunnya yang digunakan dari masing-masing peneliti dapat terlihat dari penelitian terdahulu. Berikut ini merupakan rangkuman dari beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
1.	Meggy Melita Supit dkk, 2022. Analisis Penerapan Target Costing Dan Cost-Volume-Profit Sebagai Alat	Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis penerapan target costing dan cost volume profit yang berfungsi	Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menggunakan	Untuk dapat membantu mengurangi biaya operasional penjualan kamar pada hotel bisa diterapkan metode target costing, dan

No	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
	Bantu Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Perencanaan Laba Saat Low Season Pada Hotel Sintesa Peninsula Manado.	sebagai alat bantu manajemen dalam penentuan keputusan untuk perencanaan laba pada saat low season di Hotel Sintesa Peninsula Manado.	data primer dan melakukan observasi serta wawancara dalam pengumpulan datanya.	dalam perencanaan labanya sebaiknya menggunakan metode cost volume profit supaya tidak menderita kerugian.
2.	Wanda Ayu Pratiwi dan Henni Andriyani Wirananda, 2022. Analisis Perbandingan Penerapan Target Costing	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan penerapan metode target costing dan activity based costing pada UD	Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif komparatif.	Penerapan metode target costing kurang tepat dengan perhitungan biaya produksi yang tinggi dibandingkan dengan metode

No	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
	Dan Activity Based Costing Dalam Pengendalian Biaya Produksi Pada UD. Ratu Bakery and Cake Shop.	Ratu Bakery and Cake Shop.		activity based costing pada UD Ratu Bakery and Cake Shop.
3.	Anggi Ervika dkk, 2022. Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Tangki Air Fiber.	Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengklasifikasian biaya produksi, dan menganalisa dengan menggunakan pendekatan target costing	Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dengan tujuan mengumpulkan data, membandingkan dengan konsep dasar, teori atau arsip target costing,	Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapatkan hasil bahwa penerapan target costing jauh lebih efisien dibandingkan dengan standar biaya produksi perusahaan yang telah ditetapkan.

No .	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
		agar dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi Tangki Air pada UD KBS.	dan kemudian diambil kesimpulan dengan teknik action research.	
4.	Hani Rahmasania dkk, 2022. Analisis Penerapan Target Costing Dan Activity Based Costing Sebagai Alternatif Pengendalian Harga Pokok Produksi.	Untuk dapat mengetahui perbandingan penentuan hpp dengan metode target costing dan activity based costing dalam pengendalian hpp pada PT Nutrisi Inti Indonesia.	Metode penelitian yang dipakai yaitu deskriptif kuantitatif. Dengan studi kepustakaan, wawancara, observasi, dan dokumentasi.	Bahwa perhitungan hpp menurut perusahaan lebih rendah daripada metode activity based costing dikarenakan perhitungan menurut perusahaan tidak akurat, terperinci dan tidak jelas. Perhitungan metode activity

No	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
				based costing lebih rendah daripada target costing.
5.	Dian Setyaning Ayu dkk, 2022. Analisis Penerapan Target Costing dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Singleface pada PT. Hilal Gemilang Khair.	Untuk menerapkan metode target costing supaya dapat mengefisiensikan biaya produksi single face pada PT. Hilal Gemilang Khair.	Penelitian kualitatif dengan desain studi kasus. Dengan wawancara, observasi dan dokumentasi dalam pengumpulan datanya.	Dengan menerapkan metode target costing, perhitungan biaya produksi perusahaan lebih rendah sebesar 3,45% daripada perhitungan biaya produksi sebelumnya.
6.	M Aditya Irawan dkk., 2021, Penerapan	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk dapat mengerti	Menggunakan metode deskriptif dengan	Harga bahan baku pada Es Teler durian Bang Dens dan Es Campur 88

No	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
	Metode Cost Reduction Terhadap Bahan Baku Pedagang Kuliner Minuman Es Teler.	bagaimana penerapan metode cost reduction pada pembuatan minuman es teler.	pendekatan kualitatif. Kemudian melakukan analisis dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.	memiliki perbedaan dalam segi harga dan kualitas. Es Teler durian Bang Dens tidak memiliki karyawan yang digaji sedangkan pada Es Campur 88 memiliki karyawan yang perlu digaji sehingga membuat pengeluaran biayanya lebih banyak.
7.	Sri Hastuti, 2021. Penerapan Cost Reduction Strategies di Masa Pandemi	Tujuannya yaitu untuk dapat mengetahui bagaimana implementasi cost reduction	Pada penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan	Dalam penerapan cost reduction strategies tidak hanya diterapkan pada perusahaan besar saja, akan

No .	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
	Covid-19 pada Usaha Kecil Menengah (UMKM) Kota Bogor.	strategies pada UMKM pada masa pandemi covid-19	data berupa studi pustaka, kuesioner, dan wawancara dengan para narasumber. Dan teknik analisis data menggunakan analisis persentase.	tetapi pengusaha UMKM juga menerapkannya dengan fokus utama pada saat profit turun adalah dengan melakukan perbaikan pada proses produksi, kemudian efisiensi SDM menjadi pilihan alternatif terakhir.
8.	Haposan B. Tambunan dkk, 2021. Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Penghematan Biaya Produksi	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan target costing pada penghematan biaya produksi pada UMKM	Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Dengan menggunakan data primer berupa	Hasil dari penelitian ini yaitu perhitungan biaya dengan metode target costing lebih kecil daripada perhitungan biaya yang ditetapkan



No	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
	Pada UMKM Trendy Fried Chicken Di Kota Manado.	Trendy Fried Chicken di Kota Manado.	wawancara dan dokumentasi.	sebelumnya. Penerapan target costing bisa dijadikan alternatif dalam upaya penghematan biaya produksi.
9.	Putu Dian Pradnyanitasari dkk., 2019, Eksistensi Pengrajin Hiasan Janur dengan Strategi Cost Reduction.	Untuk mengetahui bagaimana cara pengrajin dalam mempertahankan eksistensinya dan bahan apa saja yang dapat diefisienkan sesuai dengan metode cost reduction.	Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dan melakukan pengumpulan data dengan observasi partisipan, wawancara tidak terstruktur, dan dokumentasi. Serta	Penerapan metode cost reduction dilakukan dengan meminimalisir biaya bahan baku, dengan pembuatan hiasan bunga sendiri, dan untuk dapat terus eksis diharapkan melakukan inovasi.

No .	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
			<p>menggunakan teknik analisis data model interaktif yang meliputi:</p> <p>kondensasi data, penyajian data, pengambilan kesimpulan/ verifikasi.</p>	
10.	<p>Kinga Olszewska, 2019. Cost management with budgeting and Kaizen Costing.</p>	<p>Tujuan dari artikel ini adalah menunjukkan bagaimana keputusan untuk menggunakan penganggaran dan Kaizen Costing di bidang biaya</p>		

No .	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
		dapat diterjemahkan ke dalam hasil keuangan perusahaan dan fungsinya secara keseluruhan.		
11.	Ariovaldo Denis Granja, 2019, Target Costing Research Analysis: reflections for construction industry implementation .	Tujuan dari penelitian ini yaitu menyajikan kerangka kerja yang meragkum proses pengembangan produk dengan pendekatan target costing, dan membandingkan dengan		Hasil menunjukkan bahwa tidak ada kasus yang dipelajari yang mencakup implementasi target costing yang telah selesai seperti yang diharapkan dalam pembuatan. Akhirnya, ini pekerjaan menunjukkan

No .	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
		penerapannya pada tiga industri konstruksi.		beberapa masalah yang membutuhkan pengembangan lebih lanjut seperti studi tentang cara-cara alternatif untuk mendapatkan target biaya. Berdasarkan harga pasar saat ini bukannya data historis.
12.	Nurul Iksan Arifin dkk., 2016. Analisis Target Costing dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi	Untuk mengetahui bagaimana upaya pengurangan biaya produksi untuk	Metode observasi, dokumentasi, dan wawancara digunakan pada penelitian ini.	Dengan menerapkan metode cost reduction perbandingan biaya produksi dan laba kotor sebelum

No .	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
	untuk Peningkatan Laba Kotor pada Mandala Bakery.	peningkatan laba dengan alat bantu berupa pendekatan target costing.		dan sesudah cukup signifikan dan efisien apabila diterapkan.
13.	Syarifuddin La Kasse dkk., 2016. Strategi Holistik Cost Reduction: Memadukan Pendekatan Mekanis dan Sistem.	Tujuan dari penelitian ini sendiri adalah untuk membuat suatu perumusan tentang suatu konsep strategi cost reduction yang lebih komprehensif.	Menggunakan studi pustaka dengan metode analisis deskriptif.	Hasil penelitian ini adalah bahwa rata- rata penelitian- penelitian yang dilakukan menjadikan penerapan metode dan teknik manajemen subjek pada cost reduction, serta juga ada beberapa yang menunjukkan dampak negatif dengan penerapan cost reduction,

No	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
				karena kurang mempertimbangan aspek kemanusiaan.
14.	Henditia Wahyu Kumalasari, 2016. Penerapan Sistem Target Costing dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Usaha (Studi Kasus Usaha Dagang Tiga Putra	Untuk dapat mengetahui penerapan sistem target costing untuk meminimalisir biaya yang berdampak pada peningkatan laba usaha.	Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dan menggunakan wawancara serta studi pustaka dalam proses pengambilan datanya.	Hasil dari penelitian ini yaitu alternatif yang dapat digunakan bagi para pengusaha untuk dapat memberikan dampak positif terhadap laba yang diperoleh yaitu dengan menggunakan target costing. Dengan cara pengurangan biaya pada produksi yang akan

No	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
	Di Kota Mojokerto)			berdampak tercapainya laba yang diinginkan.
15.	Muhammad Iqbal, Nikmatullah dkk., 2014, Analisis Penerapan Cost Reduction dalam Peningkatan Laba (Studi pada PD BPR di Jawa Barat)	Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana penerapan cost reduction dalam upaya peningkatan laba pada PD BPR yang ada di Jawa Barat..	Analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini. Analisis data menggunakan cost reduction tools yaitu fixed cost analysis dan breakeven analysis.	Hasil dari riset ini adalah dapat diketahui bahwa penggunaan fixed cost yang efisien berdampak pada laba yang diperoleh perusahaan yang ditunjukkan dengan seiring penurunan nilai fixed cost ratio, nilai perolehan laba perusahaan mengalami kenaikan. sedangkan

No .	Nama, Tahun, Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil
				berdasarkan hasil breakeven analysis tidak menunjukkan penerapan cost reduction yang efektif. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan tidak adanya hubungan antara nilai spread yang mengalami kenaikan dengan peningkatan laba.

## 2.2 Kajian Teoritis

### 2.2.1 Biaya

Menurut Hansen & Mowen (2004), biaya merupakan kas atau nilai yang sepadan dengan kas yang dikorbankan untuk bisa mendapatkan barang dan jasa dengan harapan memberi manfaat di masa yang akan datang bagi perusahaan. Dalam menjalankan usaha yang bermanfaat pada saat ini maupun masa depan, peran



manajer sangat penting disini untuk bisa melakukan usaha-usaha yang bertujuan untuk meminimalisir biaya yang dibutuhkan dalam mencapai manfaat tersebut. Dengan melakukan pengurangan biaya (*cost reduction*) yang dibutuhkan menjadikan perusahaan menjadi lebih efisien.

Biaya tidak hanya harus ditekan atau dikurangi saja, akan tetapi biaya juga harus dikelola dengan baik dan strategis. Manajer pada perusahaan dituntut untuk bisa menyuguhkan produk dengan nilai bagi pelanggan sama besar atau bahkan lebih besar dengan menggunakan biaya yang seminimal mungkin dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan melakukan hal tersebut posisi strategis perusahaan akan meningkat, dan dapat terciptanya keunggulan yang kompetitif dengan kompetitor.

Jenis dan susunan biaya dalam perusahaan manufaktur berbeda dengan perusahaan jasa dan dagang. Menurut Rudianto (2013), biaya dalam perusahaan manufaktur terbagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan kegunaannya, yaitu:

a. Biaya Bahan Baku

Biaya Bahan Baku merupakan salah satu biaya yang digunakan untuk memperoleh bahan baku yang diperlukan untuk untuk proses produksi suatu produk. Contoh: harga kain per meter, harga kayu per kubik, dan lainnya.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Fungsi dari biaya ini adalah digunakan untuk membayar para karyawan yang terlibat secara langsung dalam proses produksi. Contoh: upah karyawan penjahit pada perusahaan garmen, upah tukang kayu dalam perusahaan mebel, dan lainnya.

c. Biaya Overhead

Biaya Overhead adalah biaya yang tidak termasuk ke dalam kelompok biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, akan tetapi tetap diperlukan dalam proses produksi. Contohnya yaitu:

- Biaya Bahan Penolong
- Biaya Tenaga Kerja Penolong
- Biaya Pabrikase Lain

d. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran digunakan untuk keseluruhan pembiayaan perusahaan dalam pendistribusian barang sampai kepada tangan konsumen. Contoh: gaji wiraniaga, gaji karyawan pemasaran, biaya iklan, biaya pengiriman, dan lainnya.

e. Biaya Administrasi dan Umum

Dalam biaya ini berfungsi untuk keseluruhan pembiayaan yang berhubungan dengan biaya operasi kantor. Contoh: gaji direktur, gaji sekretaris, biaya listrik, biaya telepon, dan lainnya.

Pada nyatanya, biaya-biaya yang ada dalam suatu perusahaan tidak mempunyai respons yang sama terhadap perubahan volume produksi yang dilakukan pada periode tertentu. Ada beberapa jenis biaya yang mengalami perubahan bersamaan dengan kenaikan volume produksi. Akan tetapi, ada juga beberapa jenis biaya yang tidak mengalami perubahan terhadap naik turunnya volume produksi. Berikut ini pengelompokan biaya berdasarkan perilakunya dalam respons terhadap perubahan volume produksi, antara lain:

a. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang mengalami perubahan seiring dengan tingkat produktivitas dalam perusahaan. Tingkat produktivitas tersebut bisa berupa volume pemasaran, volume produksi, jumlah jam kerja, atau ukuran aktivitas yang lain. Apabila tingkat aktivitas mengalami kenaikan, otomatis biaya variabel juga akan mengalami kenaikan. Berlaku sebaliknya jika tingkat aktivitas dalam perusahaan semakin menurun, maka biaya variabel juga akan mengalami penurunan seiring dengan perubahan tingkat aktivitas tersebut. Dan apabila perusahaan menghentikan seluruh aktivitasnya, maka biaya ini tidak akan ada lagi karena tidak adanya aktivitas dalam perusahaan. Yang termasuk ke dalam golongan ini adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik sebagian, biaya pemasaran sebagian.

b. Biaya Tetap

Biaya tetap berbanding terbalik dengan biaya variabel, biaya ini relatif tidak akan berubah walaupun terjadi perubahan pada tingkat aktivitas dalam batas tertentu. Jadi, apabila terjadi perubahan tingkat aktivitas pada perusahaan baik itu kenaikan maupun penurunan biaya ini akan tetap stabil dan tidak terpengaruhi akan adanya perubahan pada tingkat aktivitas tersebut. Yang termasuk ke dalamnya yaitu: biaya administrasi dan umum, sebagian biaya pemasaran, sebagian biaya dari overhead.

c. Biaya Semi Variabel

Biaya ini bisa disebut dengan biaya campuran karena didalamnya mengandung komponen biaya variabel dan biaya tetap. Sebagai contoh yaitu biaya listrik, air, dan telepon, biaya tersebut bisa bersifat sebagai biaya variabel

jika didasarkan pemakaiannya dan bisa menjadi biaya tetap jika dilihat dari pembayaran bulanannya.

### **2.2.2 Laba**

Kumalasari (2016), menyatakan bahwa laba atau sering disebut dengan keuntungan merupakan selisih lebih pengurangan antara pendapatan yang diperoleh dengan biaya digunakan atau muncul karena kegiatan utama maupun sampingan dalam perusahaan selama periode tertentu. Laba pada suatu perusahaan atau organisasi dijadikan sebagai cita-cita atau tujuan utama. Oleh karenanya, laba adalah alat yang tepat sebagai pengukuran prestasi dari pimpinan dan manajer dalam perusahaan. Laba juga bisa dijadikan cerminan utama terhadap efektivitas dan efisiensi dalam suatu usaha.

Perusahaan sebagai institusi pencipta kekayaan (*wealth creating institution*) wajib mampu untuk dapat menghasilkan laba atau keuntungan. Laba memiliki arti bahwa perhitungan selisih antara pendapatan yang diterima atas penjualan barang atau jasa yang dihasilkan dengan pengorbanan ekonomis atau biaya yang digunakan dalam memperoleh barang atau jasa tersebut (Rudianto, 2013). Hal tersebut berarti bahwa suatu perusahaan diwajibkan untuk menghasilkan produk atau jasa yang dapat dijual kepada konsumen supaya tujuan perusahaan dapat tercapai.

Dengan tujuan tersebut, supaya dapat terwujud perusahaan harus melakukan tiga aktivitas utama, yaitu:

- a. Melakukan desain produk atau jasa dengan pertimbangan selera dan kebutuhan konsumen.
- b. Pembuatan produk atau jasa secara *cost effective and efficient*.

- c. Pemasaran produk atau jasa yang dilakukan secara efektif kepada para konsumen.

### 2.2.3 Target Costing

*Target Costing* sendiri merupakan sistem informasi biaya yang digunakan untuk mendukung dalam penerapan *strategic cost reduction*. Efektivitas dalam penerapan *cost reduction strategic* akan tercapai apabila difokuskan pada tahap perencanaan awal, bukan pada tahap perwujudan rencana. Menurut Mulyadi 2003, biaya produk sudah ditetapkan dalam tahap desain dan pengembangan sebesar  $\pm$  85%, sedangkan sisanya sebanyak 15% dipengaruhi oleh manajemen dalam tahap produksi, pemasaran, distribusi, dan tahap layanan purna jual.

Maka dari itu, apabila menginginkan pengurangan biaya produk yang cukup signifikan dan dalam jangka panjang diperlukan fokus lebih pada tahap desain dan pengembangan produk. Metode yang bisa digunakan adalah metode *target costing*. Menurut Rahmasania et al. 2022, Menentukan biaya target atau target costing dapat dianggap sebagai alat manajemen yang dapat digunakan untuk mengurangi total biaya produk. Target costing adalah suatu metode penentuan biaya produk atau jasa yang didasarkan pada harga (target price) yang diperkirakan dapat diterima oleh konsumen. Manfaat utama Target costing adalah penetapan harga pokok produk sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai (Tambunan et al., 2021).

Menurut Rudianto, 2013, Terdapat tahapan-tahapan yang harus dilakukan perusahaan dalam mengimplementasikan target costing, sebagai berikut:

1. Menentukan Harga Jual yang Kompetitif

Hal yang perlu menjadi pertimbangan dalam penentuan harga jual produk seperti harga produk pesaing, daya beli masyarakat, kondisi perekonomian negara, nilai tukar rupiah, dan lainnya. Faktor tersebut saling berhubungan antara satu dengan yang lain dalam menentukan banyaknya permintaan pada suatu produk. Banyaknya penawaran produk sejenis yang ada dipasaran secara keseluruhan akan berpengaruh kepada mekanisme dalam pasar tersebut. Volume permintaan dan volume penawaran akan berpengaruh terhadap harga jual suatu produk.

#### 2. Menentukan Target Laba

Setelah menentukan harga jual produk yang kompetitif dengan berdasarkan mekanisme pasar, selanjutnya menentukan harga jual per unit produk. Harga jual per unit produk dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti pangsa pasar, tingkat pertumbuhan yang ingin dicapai perusahaan, perencanaan volume penjualan, dan sebagainya. Faktor tersebut yang akan menentukan pencapaian target laba per unit produk perusahaan.

#### 3. Menetapkan Target Cost

Berdasarkan harga jual dan target laba yang ditentukan perusahaan, perusahaan dapat menentukan target biaya yang digunakan dalam menghasilkan suatu produk. Harga jual yang ditetapkan harus mewakili harga pasar agar menjadi unsur penting pada perusahaan dalam bersaing dengan para kompetitor.

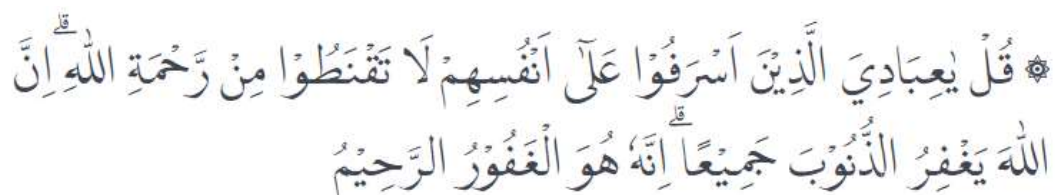
#### 4. Melakukan Rekayasa Nilai

Dalam tahap ini dilakukan semua upaya yang dianggap perlu untuk memodifikasi produk perusahaan dengan menggunakan biaya yang lebih

rendah tanpa mengurangi nilai (*value*) yang ada pada produk. Rekayasa nilai mencakup beberapa upaya yang dapat digunakan dalam menurunkan biaya produksi.

#### 2.2.4 Integrasi Keislaman

Pada dasarnya manusia dalam kegiatan bisnisnya mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk memperoleh keuntungan supaya kebutuhan hidupnya dapat terpenuhi. Perusahaan juga didirikan dengan tujuan utama yaitu memperoleh keuntungan atau laba agar bisa memberikan timbal balik kepada seluruh orang yang telah berkontribusi dalam mewujudkan tujuan tersebut bisa berupa upah atau gaji, dan lainnya. Apabila tujuan tersebut tidak dapat tercapai maka sikap kita janganlah pesimis dan putus asa yang diajarkan dalam agama Islam, yang tercantum pada Surah az-Zumar ayat 53.



Katakanlah, “Wahai hamba-hamba-Ku yang melampaui batas terhadap diri mereka sendiri! Janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya Allah mengampuni dosa-dosa semuanya. Sungguh, Dialah Yang Maha Pengampun, Maha Penyayang”. (QS. Az-Zumar:53)

Dari surah diatas, dijelaskan bahwa kita sebagai hamba Allah S.W.T tidak sepatutnya bersifat pesimisme dan berputus asa. Dengan pertolongan Allah SWT semua masalah yang kita hadapi insya Allah akan ada jalan keluarnya karena sesungguhnya Allah SWT yang maha pengampun lagi maha penyayang. Dalam

menghadapi sebuah masalah maupun itu masalah yang berkaitan dengan usaha, bisnis, pekerjaan, rezeki, dan lain sebagainya hendaknya kita bersikap tawakal serta dibarengi dengan ikhtiar dengan melakukan upaya semaksimal mungkin dalam menghadapinya.

Asy-Syura 20

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

Yang artinya “Barang siapa menghendaki keuntungan di akhirat akan Kami tambahkan keuntungan itu baginya dan barang siapa menghendaki keuntungan di dunia Kami berikan kepadanya sebagian darinya (keuntungan dunia), tetapi dia tidak akan mendapat bagian di akhirat”. (QS. Asy-Syura:20)

Berdasarkan surah Asy-Syura ayat 20 diatas, dapat kita simpulkan bahwa jika manusia hanya menginginkan sebuah keuntungan diduniawi saja, maka Allah SWT akan menambahkan atasnya keuntungan sedikit saja atau setengahnya dan juga tidak akan mendapatkan keuntungan bagian di akhirat. Adapun sebaliknya, apabila manusia mempunyai keinginan untuk mendapatkan keuntungan di akhirat, maka ia akan mendapatkan dua keuntungan sekaligus yakni keuntungan di dunia maupun keuntungan di akhirat. Hal tersebut merupakan hakikat sejatinya hidup seorang muslim, ia akan menganggap dunia hanyalah panggung dalam kehidupan dan Allah SWT dalang atau pengatur semuanya serta menganggap alam akhirat merupakan kehidupan yang sesungguhnya kelak. Kita sebagai muslim dalam menjalankan suatu bisnis apabila mendapatkan keuntungan atau laba jangan lupa akan



kewajibannya yaitu untuk mengamalkan sebagian dari keuntungan tersebut sebagai bekal dalam kehidupan di akhirat nanti.

### 2.3 Kerangka Berfikir

**Gambar 2.1 Kerangka Berfikir**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami peristiwa yang dialami oleh subjek penelitian secara *holistic*, dan dengan cara mendeskripsikan melalui kata-kata dan bahasa pada konteks khusus dengan memanfaatkan beberapa metode ilmiah (Moleong, 2017). Pada penelitian ini, dideskripsikan tentang penerapan *target costing* dalam penentuan biaya produksi pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Sari Kenongo Lintang, yang beralamat di Ds. Sari Rogo RT 12 RW 03, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur. Lokasi penelitian tersebut dipilih dikarenakan kesesuaian dengan objek penelitian serta pada UMKM tersebut belum menerapkan metode *target costing* dalam perencanaan biaya produksinya.

#### **3.3 Subjek Penelitian**

Menurut Arikunto 2012, subjek penelitian merupakan sumber daya, benda, sebuah lembaga yang memiliki kaitan dengan penelitian yang akan diteliti. Subjek penelitian pada penelitian kualitatif ialah pihak-pihak yang dijadikan sumber penelitian yang bisa memberikan informasi yang dipilih secara purposive sesuai dengan tujuan penelitian. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah *owner* dari

UMKM Batik Sari Kenongo Lintang yang bernama Ibu Lintang Septi Hartono, dan Fetris Ika selaku bagian akuntansi dalam Batik Sari Kenongo Lintang.

### **3.4 Data dan Jenis Data**

Data yang diperlukan dalam penelitian ini berupa data yang terkait dengan biaya-biaya yang di gunakan dalam kegiatan produksi yang diperoleh dari narasumber utama yang berperan dalam Batik Sari Kenongo Lintang. Jenis data yang digunakan yaitu:

#### **1. Data Primer**

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini di dapatkan dari Batik Sari Kenongo Lintang, dengan melakukan wawancara secara langsung dengan *owner* dari pelaku usaha tersebut yang bernama Ibu Lintang Septi Hartono.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder yang ada dalam penelitian ini di dapatkan dengan melihat dokumen-dokumen yang ada di perusahaan dengan menghubungi dan konfirmasi kepada bagian akuntansi perusahaan yaitu Fetris Ika. Seperti: laporan produksi, laporan biaya produksi, gambaran umum perusahaan, dan lain sebagainya.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan 3 metode, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Wawancara**

Wawancara adalah sebuah kegiatan percakapan dengan tujuan tertentu. Kegiatan tersebut dilakukan oleh sorang pewawancara dengan memberikan

beberapa pertanyaan yang telah disiapkan kepada narasumber yang akan memberikan informasi terkait dengan data yang diperlukan dalam penelitian (Moleong, 2017). Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini ditujukan kepada *owner* dari usaha batik yang bernama ibu Lintang Septi Hartono. Pertanyaan sudah disiapkan sebelumnya oleh peneliti dengan tujuan dapat memperoleh data yang dibutuhkan serta memberikan wawasan mengenai penerapan *target costing* pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang.

## 2. Dokumentasi.

Teknik dokumentasi ialah salah satu teknik yang digunakan dalam memperoleh data penelitian berupa buku, arsip, dokumen, laporan, tulisan angka, dan gambar yang dapat menunjang kegiatan penelitian (Sugiyono, 2017). Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini untuk memperoleh informasi mengenai sejarah umum tentang usaha, laporan biaya produksi, laporan penjualan, dan catatan yang dapat mendukung penelitian.

## 3. Observasi

Teknik ini lebih spesifik dibandingkan teknik yang lain sebagai teknik pengumpulan data. Observasi tidak fokus terhadap orang saja, juga bisa pada suatu objek. Observasi berarti melakukan pemuatan penelitian pada suatu objek. Observasi dibedakan menjadi dua menurut proses pelaksanaan pengumpulan data yaitu partisipan dan non partisipan (Sugiyono, 2017). Observasi dilakukan pada penelitian ini untuk dapat mengetahui dan memahami penerapan *target costing* dalam penentuan biaya produksi pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang.

### 3.6 Analisis Data

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

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti menggambarkan dan menjelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan penerapan *target costing* pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang di Sidoarjo. Data yang diperoleh peneliti dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang akan dijelaskan dan dideskriptifkan secara menyeluruh. Berikut tahap-tahap dalam menganalisis data-data yang telah diperoleh:

a. Reduksi data

Data yang diperoleh dari lokasi penelitian (data lapangan) dituangkan dalam uraian atau laporan yang lengkap dan terperinci. Laporan lapangan pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang seperti bukti transaksi, laporan biaya produksi, laporan penjualan dan catatan-catatan lebih difokuskan atau memilah data yang terkait dengan penerapan *target costing*.

b. Penyajian data

Setelah direduksi, maka tahap yang dilakukan selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data pada penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian yang telah direduksi yang kemudian akan peneliti deskripsikan secara objektif. Data wawancara terkait penerapan *target costing* peneliti jabarkan secara sistematis dan rinci. Peneliti akan menjelaskan penerapan *target costing* pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang, kemudian peneliti akan menyajikan data secara naratif dari pengelola data dan informasi terkait penerapan *target costing* dalam penentuan biaya produksi perusahaan. Data yang telah disajikan akan digunakan sebagai penilaian terhadap penerapan *target costing* dalam penentuan biaya produksi.

c. Penarikan kesimpulan atau verifikasi data

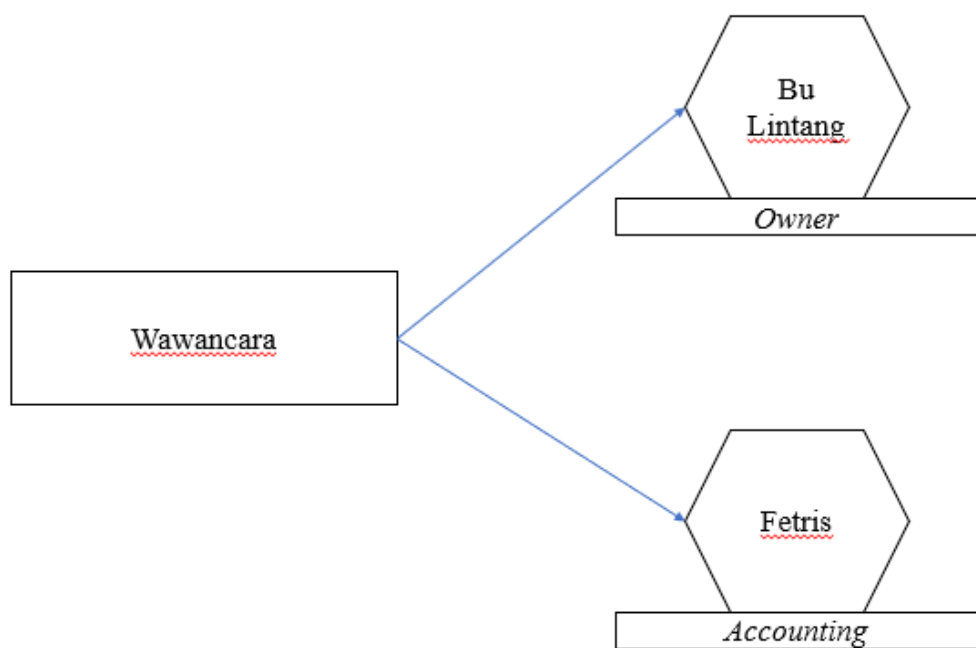
Tahap yang terakhir yaitu setelah dilakukan penyajian data secara tersusun dalam pola hubungan. ialah menarik kesimpulan dari data dan bukti yang valid mengenai penerapan *target costing* pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan penentuan biaya produksi dengan kondisi yang terjadi di lapangan.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, yang bertujuan untuk mengetahui peran metode *target costing* Batik Sari Kenongo Lintang. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan informasi dari berbagai metode dan sumber pengumpulan data (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis triangulasi:

## 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik pengumpulan data yang sama (Sugiyono, 2017). Proses ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 3.1 Triangulasi Sumber**



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Latar Belakang Berdirinya UMKM Batik Sari Kenongo Lintang**

Popularitas batik secara global telah membantu meningkatkan kesadaran akan budaya dan tradisi Indonesia, dan juga memberikan peluang ekonomi bagi para pengrajin-pengrajin lokal. Namun, ada juga kekhawatiran tentang komersialisasi dan produksi massal batik, yang terkadang dapat menyebabkan hilangnya teknik dan desain tradisional. Secara keseluruhan, keberadaan batik saat ini merupakan bukti dari keindahan dan keunikan budaya yang abadi dari bentuk seni kuno ini, serta kemampuannya untuk beradaptasi dan berkembang dari waktu ke waktu.

Peluang ekonomi yang bagus tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku bisnis di Indonesia. Alm. Ibu Painah salah satunya, beliau dulu merupakan seorang buruh pembatik dari sebuah bisnis batik di Sidoarjo. Pahit manisnya dalam bisnis perbatikan sudah beliau lalui, dan juga mengajarkan pengalamannya pada anaknya dalam bisnis produksi batik. Kemudian Pada tahun 1997, anaknya memutuskan untuk mendirikan butik batik sendiri dengan nama Batik Sari Kenongo Lintang yang beralamat di Ds. Sari Rogo RT 12 RW 03, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur.

Selanjutnya Batik Sari Kenongo Lintang diteruskan oleh Bu Lintang sebagai generasi ke 3 mulai dari Tahun 2015 sampai sekarang, Tahun 2016 Bu Lintang memutuskan untuk mengurus legalitas dari bisnisnya dan membentuk badan hukum CV. Alasan dari dilakukannya keputusan tersebut adalah berdasarkan pengalaman



yang diperoleh dari generasi sebelumnya diketahui bahwa mayoritas konsumen meminta pelaku bisnis yang berbadan usaha dan memiliki legalitas yang sah.

Dengan pengertian bahwa apabila Batik Sari Kenongo Lintang ingin naik kelas dan menjangkau pasar yang lebih luas lagi misalnya instansi (pemerintahan, sekolah, perusahaan dll). Konsumen tersebut memberikan standar tersendiri bahwa pelaku usaha yang menginginkan melakukan kerjasama dengan mereka minimal pelaku bisnis tersebut sudah berbadan hukum CV dan sudah memiliki legalitas yang sah. Bahkan apabila pelaku bisnis yang berbadan hukum UD mengajukan kerja sama dengan mereka, mereka tidak mau menerimanya.

Akan tetapi untuk pada saat ini aturan tersebut sudah lebih longgar dari pada sebelumnya. Banyak pelaku usaha yang berbentuk UD sudah bisa melakukan kerjasama dengan instansi-instansi tersebut. Dapat diketahui bahwa kebanyakan UMKM yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia banyak yang masih belum berbentuk badan usaha dan memiliki legalitas yang sah atas usaha yang dilakukannya. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa factor, diantaranya: karena terkendala dengan kesanggupan para pelaku usaha untuk dapat menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan besar yang akan didapat apabila sudah mempunyai legalitas dan berbadan usaha.

Sebagai contoh yang dialami sendiri oleh Bu Lintang yang pernah menerima tender untuk 2.500 bahan seragam haji. Menurut beliau, kebanyakan UMKM yang levelnya masih rendah dan belum berbadan hukum apabila ditawari tender tersebut tidak akan mampu atau sanggup. Selain perlu menyiapkan beberapa perubahan

terkait kapasitas produksi yang lebih banyak daripada sebelumnya, dan juga tidak adanya uang muka atau DP atas tender yang ditawarkan tersebut.

Perlu digaris bawahi bahwa apabila kita melakukan kerjasama dengan instansi tidak ada yang namanya uang muka atau Down Payment pembayarannya langsung diakhir. Jika UMKM tersebut tidak memiliki cukup modal untuk menerima tender tersebut jelas UMKM akan menolaknya. Serta yang menjadi pertimbangan UMKM untuk menerima tender tersebut adalah apabila terjadi keterlambatan dalam penyelesaian sesuai dengan kesepakatan di awal, maka akan dikenakan penalti/denda . Hal-hal tersebut yang membuat pelaku usaha akan berfikir ulang apabila akan melegalitaskan dan membentuk badan usaha dari bisnisnya.

Tujuan utama pendirian Industri Batik Sari Kenongo Lintang ada dua. Pertama, untuk meningkatkan taraf hidup pemiliknya, dan mencari rezeki yang halal untuk dapat bertahan hidup. Kedua, berusaha untuk menjadikan dirinya sebagai produsen batik yang memiliki reputasi baik, dengan memastikan akuntabilitas atas kualitas produknya. Selain itu, bisnis ini secara tidak langsung berkontribusi untuk mengurangi pengangguran di sekitarnya. Serta membantu melestarikan dan mempopulerkan warisan budaya negara di Indonesia yang sudah terkenal diberbagai mancanegara.

Pertumbuhan industri batik di Sidoarjo menghadirkan persaingan yang menantang bagi Industri Batik Sari Kenongo Lintang. Untuk dapat bertahan dalam lingkungan yang kompetitif ini, pemilik bisnis harus secara konsisten berinovasi dan memupuk kreativitas untuk memastikan permintaan konsumen yang

berkelanjutan. Bu Lintang menerapkan berbagai strategi untuk mencapai hal ini, termasuk komitmen yang teguh untuk mempertahankan kualitas Batik yang tinggi. Dengan demikian, pelanggan dapat secara konsisten mendapatkan kepuasan saat membeli produknya.

#### **4.1.2 Visi dan Misi Batik Sari Kenongo Lintang**

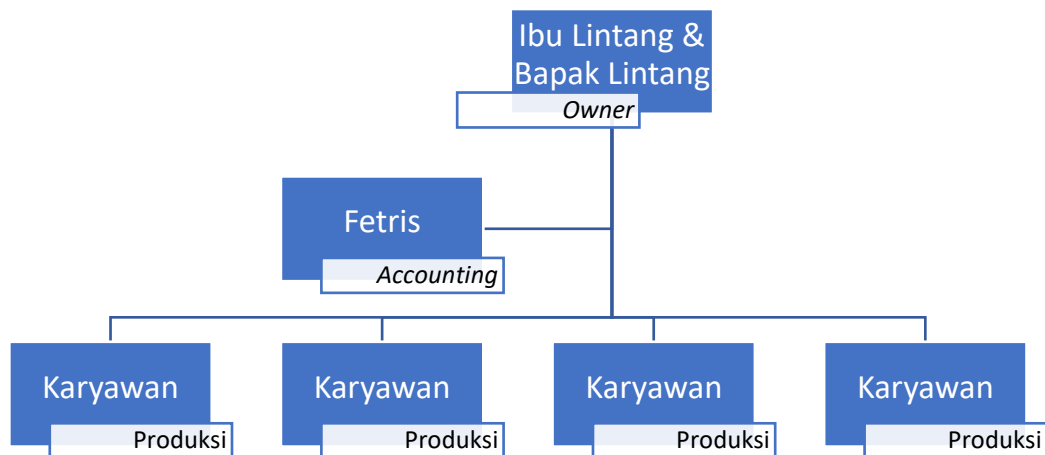
Visi dari didirikannya UMKM Batik Sari Kenongo Lintang adalah sebagai berikut: Menjadi Usaha Mikro Kecil dan Menengah batik yang mampu menumbuhkan dan melestarikan tradisi batik Indonesia sebagai warisan leluhur dan menjadi mitra bisnis yang profesionalitas.

Sedangkan Misi dari UMKM Batik Sari Kenongo Lintang yaitu:

1. Meningkatkan popularitas batik Indonesia supaya lebih dikenal masyarakat khususnya pada kaum muda-mudi.
2. Memberikan produk dengan kualitas yang tinggi dengan harga yang kompetitif dan berprioritas terhadap kepuasan pelanggan.
3. Melakukan inovasi dengan memperbanyak desain-desain motif batik sebagai perbendaharaan motif tradisional yang sudah melekat pada masyarakat.
4. Meningkatkan jaringan kerja serta berbagi ilmu dan informasi dengan pengrajin batik yang lain sebagai salah satu upaya dalam berinovasi.

### 4.1.3 Struktur Organisasi

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Batik Sari Kenongo Lintang**



Masing-masing bagian memiliki tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. *Owner* / Pemilik Usaha

Mempunyai tugas dan tanggungjawab dalam menjaga kelancaran dari seluruh aktivitas operasional usaha, membangun dan mempertahankan hubungan baik antar sesama anggota dalam kegiatan bisnis, serta memperhatikan perkembangan dan penetapan strategi yang akan menentukan masa depan usaha.

#### 2. *Accounting*

Bertanggung jawab terhadap seluruh pengelolaan sumber daya keuangan dalam operasional bisnis. Melakukan perencanaan, proyeksi keuangan perusahaan, dan menganalisa dampak keuangan dari keputusan bisnis yang ditentukan. Mengelola arus kas bisnis, memastikan adanya cukup uang tunai dalam

aktivitas bisnis. Pencatatan akuntansi dan menyiapkan laporan keuangan, termasuk laporan laba rugi dan neraca.

### 3. Karyawan

Memiliki wewenang dan tugas untuk melakukan pekerjaan dengan sebaik mungkin, serta berperilaku professional ditempat kerja. Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dengan berpartisipasi dalam pelatihan yang disediakan. Menjaga kelancaran jalannya proses produksi, melakukan konfirmasi kebutuhan bahan-bahan dalam proses produksi, serta bertanggung jawab penuh dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

#### **4.1.4 Produk yang Dihasilkan**

##### a. Batik Tulis

Batik tulis adalah bentuk seni tradisional Indonesia menghias kain dengan menerapkan lilin dan pewarna dalam pola tertentu. Prosesnya melibatkan penerapan lilin ke area kain yang tidak dimaksudkan untuk diwarnai. Lilin menciptakan penahan yang mencegah pewarna menembus kain. Kain kemudian dicelup secara bertahap, dengan lilin dioleskan kembali sesuai kebutuhan untuk melindungi area yang akan tetap menjadi warna aslinya

Batik tulis biasanya dikerjakan dengan tangan dan merupakan proses yang memakan waktu yang membutuhkan keterampilan dan keahlian tingkat tinggi. Hasilnya adalah kain bermotif indah yang bisa digunakan untuk berbagai keperluan, antara lain pakaian, dekorasi rumah, dan upacara adat. Di Indonesia, batik tulis sangat dihargai dan dianggap sebagai bagian dari warisan budaya negara.

Batik tulis memiliki target pasar yang berbeda dengan batik lainnya, seperti batik cetak dan batik printing. Batik tulis lebih ditujukan kepada kalangan menengah dan ke atas. Dengan harga yang dimulai dari 650rb ke atas. Tergantung bahan yang digunakan.

Batik tulis mempunyai beberapa keunggulan yaitu diantaranya:

1) Memiliki Nilai Artistik dan Budaya

Batik tulis dianggap sebagai bentuk seni berkualitas tinggi dan berakar kuat dalam budaya Indonesia. Batik tulis memiliki nilai historis dan budaya yang tinggi, sering kali menampilkan motif dan desain tradisional yang memiliki makna simbolis.

2) Unik dan Otentik

Setiap helai batik tulis dibuat dengan tangan, menjadikannya karya seni yang unik dan satu-satunya. Pola dan detail yang rumit diaplikasikan dengan hati-hati oleh pengrajin yang terampil, menghasilkan kain yang menakjubkan secara visual.

3) Keahlian dan Keterampilan

Proses pembuatan batik tulis membutuhkan keterampilan, kesabaran, dan perhatian yang tinggi terhadap detail. Para pengrajin yang memproduksi batik tulis telah mengasah keterampilan mereka selama bertahun-tahun berlatih, menjadikannya sebagai bukti keahlian dan keterampilan mereka.

4) Alami dan Organik

Batik tulis biasanya menggunakan pewarna alami yang berasal dari tumbuhan, seperti nila, soga, atau morinda. Hal ini menjadikannya pilihan yang ramah lingkungan dan berkelanjutan dibandingkan dengan pewarna sintetis yang digunakan pada tekstil yang diproduksi secara massal.

Selain memiliki keunggulan, batik tulis juga memiliki beberapa kekurangan, yaitu diantaranya:

1) Memakan Waktu

Proses pembuatan batik tulis memakan waktu. Diperlukan waktu beberapa minggu atau bahkan berbulan-bulan untuk menyelesaikan satu lembar kain, karena lilin harus dioleskan dan dihilangkan berulang kali untuk setiap tahap pewarnaan.

2) Mahal

Karena sifat batik tulis yang padat karya, biasanya harganya lebih mahal dibandingkan dengan bentuk batik lainnya, seperti batik printing atau kain yang diproduksi secara massal. Pengerjaan yang rumit dan kualitas buatan tangan berkontribusi pada harganya yang lebih tinggi.

3) Produksi Terbatas

Batik tulis diproduksi dalam jumlah terbatas karena waktu dan keterampilan yang dibutuhkan. Produksi yang terbatas ini dapat membuatnya lebih sulit untuk menemukan dan membeli kain batik tulis dibandingkan dengan tekstil yang diproduksi secara massal.

4) Rentan terhadap Peniruan

Popularitas dan pengakuan terhadap batik tulis telah menyebabkan munculnya tiruan-tiruan palsu atau buatan mesin di pasaran. Hal ini dapat merusak keaslian dan nilai batik tulis asli, sehingga penting untuk waspada saat membeli.

Terlepas dari kelemahan ini, batik tulis tetap dihargai karena nilai artistik dan budayanya, dan terus dihargai sebagai bentuk seni tekstil yang unik dan tradisional.

**Gambar 4.2 Produk  
Batik Tulis Bahan**





**Gambar 4.3 Produk Batik  
Tulis Pakaian Jadi**



b. Batik Printing

Batik printing merupakan suatu inovasi yang dilakukan oleh Bu Lintang untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya dan dapat menjangkau pasar dari kalangan menengah kebawah. Hal itu dilakukan karena pada saat ini intensitas orang-orang yang mencari produk batik tulis sangat rendah sehingga untuk mencari konsumen dari batik tulis tersebut pun susah. Mengingat harga jual dari batik tulis sendiri cukup mahal dan ditujukan untuk kalangan menengah keatas.

Harga jual dari produk batik printing untuk bahan dipatok dari harga Rp.150.000 sampai dengan Rp.250.000 tergantung sama bahan yang digunakan. Sedangkan harga dari produk batik printing untuk pakaian jadi berkisar antara Rp.325.000 sampai Rp.350.000.

### Keuntungan dari Pencetakan Batik:

#### 1) Efisiensi dan Reprodusibilitas

Batik printing memungkinkan produksi yang lebih cepat dibandingkan dengan batik tulis. Penggunaan teknik printing, seperti pembuatan screen dan aplikasi tinta, memungkinkan replikasi desain dengan presisi dan konsistensi.

#### 2) Hemat Biaya

Batik printing dapat lebih hemat biaya dibandingkan dengan batik tulis, karena membutuhkan lebih sedikit waktu dan tenaga kerja. Hal ini membuat kain batik printing lebih mudah diakses dan terjangkau oleh lebih banyak konsumen.

#### 3) Beragam Desain

Dengan batik printing, desain yang rumit dan kompleks dapat dengan mudah direplikasi ke kain. Hal ini membuka peluang bagi beragam pola, motif, dan kombinasi warna untuk dieksplorasi, memberikan pilihan yang lebih luas bagi konsumen.

#### 4) Skalabilitas

Batik printing memungkinkan produksi kain secara massal, sehingga cocok untuk jumlah yang lebih besar dan tujuan komersial. Hal ini memudahkan untuk memenuhi permintaan pasar dan memasok kain batik ke basis pelanggan yang lebih luas.

### Kekurangan Pencetakan Batik:

#### 1) Kurangnya Keaslian Artistik

Batik printing tidak memiliki tingkat nilai artistik dan signifikansi budaya yang sama dengan batik tulis. Batik printing mungkin dianggap tidak memiliki detail yang rumit dan sentuhan tangan seniman yang menjadi ciri khas batik tulis.

#### 2) Kustomisasi Terbatas

Meskipun batik printing memungkinkan untuk berbagai macam desain, namun mungkin tidak menawarkan tingkat kustomisasi yang sama dengan batik tulis. Batik tulis yang dibuat dengan tangan memungkinkan desain yang unik dan personal yang mencerminkan individualitas seniman.

#### 3) Hilangnya Teknik Tradisional

Munculnya batik printing telah mengakibatkan pergeseran dari pengerjaan dan teknik tradisional yang terkait dengan batik tulis. Hal ini dapat menyebabkan penurunan dalam pelestarian dan apresiasi terhadap keterampilan pembuatan batik tradisional.

#### 4) Pewarna dan Bahan Sintetis

Batik printing sering kali menggunakan pewarna dan bahan sintetis, yang mungkin tidak ramah lingkungan atau berkelanjutan seperti pewarna alami yang digunakan dalam batik tulis. Hal ini dapat berkontribusi pada masalah lingkungan dan berdampak pada keberlanjutan industri tekstil secara keseluruhan.

Penting untuk dicatat bahwa baik batik tulis maupun batik printing memiliki kelebihan dan pertimbangan masing-masing. Sementara batik printing menawarkan efisiensi dan keterjangkauan harga, batik tulis memiliki nilai artistik dan budaya yang lebih tinggi. Pilihan di antara keduanya tergantung pada preferensi pribadi, anggaran, dan signifikansi estetika dan budaya yang diinginkan.

**Gambar 4.4 Produk Batik Printing Bahan**



**Gambar 4.5 Produk Batik Printing  
Pakaian Jadi**



#### **4.1.5 Pemasaran Produk**

Bu Lintang menerapkan beberapa strategi dalam melakukan pemasaran produknya yaitu, sebagai berikut:

*a. Segmenting*

*Segmenting* pasar perlu dilakukan oleh pelaku bisnis, hal ini berhubungan dengan tujuan dari dibuatnya produk untuk siapa dan dapat dipastikan keamanan dari produk tersebut. *Segmenting* pada Batik Sari Kenongo Lintang adalah ditujukan untuk semua kalangan dan tingkatan dalam masyarakat, sehingga batik tidak hanya bisa dinikmati oleh kalangan tertentu saja. Hal tersebut terlihat dari produk yang dihasilkan yaitu batik tulis dan batik

printing, yang dapat menjangkau semua kalangan dalam masyarakat dari yang kalangan atas sampai kalangan bawah.

Produk-produk ini juga dapat dinikmati oleh semua tingkatan mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, bahkan lansia juga bisa menikmati batik sebagai warisan budaya negara Indonesia yang telah populer di seluruh manca negara. Karena dapat dipastikan produk yang dihasilkan tidak mengandung bahan-bahan yang berbahaya dan nyaman digunakan untuk sehari-hari.

*b. Targetting*

*Targeting* pasar menjadi salah satu hal yang tidak boleh dilupakan oleh para pelaku bisnis. Berhubungan dengan target pasar dari produk tersebut ditujukan kepada siapa. Target pasar yang ditetapkan oleh Bu Lintang sebagai pemilik usaha Batik Sari Kenongo Lintang adalah ditujukan kepada seluruh masyarakat, khususnya kepada para pekerja kantoran, guru, siswa, dan orang yang memiliki pekerjaan dengan dresscode sehari-harinya formal.

*c. Positioning*

*Positioning* adalah menjadi hal yang utama dimiliki dalam bisnis, hal ini berhubungan dengan ciri khas, keunggulan, dan keunikan apa yang dimiliki dari produk yang dihasilkan. Sehingga pelaku bisnis akan mudah memenangkan persaingan diantara kompetitor yang lain dengan keunikan yang dimiliki.

Ciri khas dari produk yang dihasilkan dari Batik Sari Kenongo Lintang adalah memiliki pola yang dibuat sendiri oleh Bu Lintang dan sudah memiliki hak milik. Motif tersebut Bernama motif bayeman dan motif tusuk sate. Kedua motif tersebut memiliki ciri khasnya tersendiri yang tidak dimiliki oleh

pengrajin batik lainnya. Tentu saja dengan positioning yang tepat tersebut akan berdampak positif terhadap kelangsungan hidup bisnis Bu Lintang.

Pemasaran produk dilakukan oleh Bu Lintang baik secara online maupun offline, dengan detail sebagai berikut:

a. Online

Pemasaran online, juga dikenal sebagai pemasaran digital atau pemasaran internet, adalah praktik mempromosikan produk, layanan, atau merek melalui penggunaan internet. Ini mencakup serangkaian strategi dan taktik yang dirancang untuk menarik, melibatkan, dan mengubah pengguna online menjadi pelanggan.

Pemasaran online dapat mencakup berbagai saluran yang berbeda, seperti pengoptimalan mesin telusur (SEO), iklan bayar per klik (PPC), pemasaran media sosial, pemasaran email, pemasaran konten, dan banyak lagi. Masing-masing saluran ini dapat digunakan untuk menjangkau khalayak tertentu dan mencapai tujuan pemasaran tertentu. Bu Lintang sendiri sudah mencoba untuk terjun kedalam pemasaran secara online dengan menggunakan beberapa platform diantaranya yaitu: Instagram, Shopee, Whatsapp, dan lain-lain.

Dalam sektor keuangan Batik Sari Kenongo Lintang menggunakan teknologi yang dikenal dengan istilah *financial technology (fintech)*. *Fintech* hadir dan berkembang hampir di semua belahan dunia, baik negara maju maupun negara berkembang (Firmansyah et al., 2021). *Fintech* yang digunakan berupa OVO, GO-PAY, dan DANA.

Salah satu keuntungan utama pemasaran online yang didapat Bu Lintang adalah memungkinkan bisnis untuk menargetkan upaya pemasaran mereka ke demografi, minat, dan perilaku tertentu dari pelanggan potensial mereka. Penargetan ini dapat menghasilkan kampanye pemasaran yang lebih efektif dan efisien, karena bisnis dapat menjangkau audiens yang dituju dengan lebih tepat.

Keuntungan lain dari pemasaran online adalah menyediakan bisnis dengan banyak data dan analitik yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan upaya pemasaran mereka. Melalui penggunaan alat seperti Google Analytics, bisnis dapat melacak lalu lintas situs web, perilaku pengguna, dan konversi, memungkinkan mereka mengoptimalkan kampanye untuk hasil yang lebih baik.

Secara keseluruhan, pemasaran online adalah komponen penting dari bisnis modern, karena semakin banyak orang menghabiskan waktu online dan menggunakan internet untuk meneliti produk dan layanan sebelum membuat keputusan pembelian. Dengan memanfaatkan kekuatan pemasaran online, bisnis dapat menjangkau pelanggan ini di tempat mereka menghabiskan waktu dan mendorong lebih banyak penjualan dan pendapatan sebagai hasilnya.

Akan tetapi sayangnya, untuk produk yang dihasilkan dari Batik Sari Kenongo Lintang kebanyakan masih terjual secara offline. Hal tersebut terjadi karena kurangnya pengalaman Bu Lintang, serta perlu mempelajari lebih lanjut mengenai pemasaran secara online. Selain itu, menurut Bu Lintang produknya belum mampu sepenuhnya bersaing harga dengan produk-produk lain yang serupa. Mengingat biaya produksi yang ada ditempatnya akan jauh berbeda



dengan produsen batik lainnya yang berada di daerah yang sudah memiliki nama yang besar dengan industry batik, seperti solo, pekalongan, dan lainnya.

b. Offline

Pemasaran offline, juga dikenal sebagai pemasaran tradisional atau pemasaran cetak, mengacu pada praktik mempromosikan produk, layanan, atau merek melalui saluran offline, seperti media cetak, media penyiaran, dan acara tatap muka. Ini mencakup berbagai strategi dan taktik yang dirancang untuk menjangkau pelanggan potensial melalui cara non-digital.

Pemasaran offline dapat mencakup iklan cetak di surat kabar, majalah, papan reklame, selebaran, brosur, surat langsung, dan materi fisik lainnya. Ini juga dapat mencakup iklan siaran di radio atau televisi, serta upaya hubungan masyarakat, seperti siaran pers, acara media, dan sponsor.

Bu Lintang melakukan pemasaran secara offline dengan beberapa cara, yaitu: dengan mendirikan butik Batik Sari Kenongo Lintang tersebut, mendatangi para konsumen-konsumennya, mengingat Sebagian besar konsumen Bu Lintang adalah instansi-instansi baik pemerintahan maupun instansi pendidikan.

Salah satu keuntungan utama pemasaran offline adalah memungkinkan bisnis menjangkau audiens yang lebih luas, terutama mereka yang mungkin tidak menghabiskan banyak waktu online. Ini juga bisa sangat efektif dalam menjangkau pasar lokal atau regional tertentu, seperti melalui surat kabar lokal, papan reklame, atau selebaran.

Keuntungan lain dari pemasaran offline adalah dapat memberikan pengalaman yang lebih nyata dan berkesan bagi pelanggan. Misalnya, brosur atau pamflet dapat dipegang dan diperiksa, memberikan hubungan fisik dengan merek atau produk yang diiklankan. Demikian pula, acara atau demonstrasi tatap muka dapat menciptakan pengalaman yang berkesan dan pribadi bagi pelanggan potensial.

Secara keseluruhan, sementara pemasaran online menjadi semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, akan tetapi, pemasaran offline masih memainkan peran penting dalam strategi pemasaran bisnis Batik Sari Kenongo Lintang. Dengan memanfaatkan kekuatan pemasaran offline dan online, bisnis dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan mencapai tujuan pemasaran mereka dengan lebih efektif.

#### **4.1.6 Biaya Produksi**

##### **a. Biaya Bahan Baku**

Biaya bahan langsung mengacu pada total biaya bahan yang digunakan dalam produksi suatu produk. Bahan-bahan ini biasanya merupakan bahan baku atau komponen yang secara langsung digunakan dalam proses produksi. Biaya bahan langsung dapat mencakup biaya pembelian bahan baku atau komponen, serta biaya tambahan apa pun yang terkait dengan pengangkutan atau penyimpanan bahan sebelum digunakan dalam produksi. Dalam beberapa kasus, biaya bahan langsung juga dapat mencakup biaya pemrosesan atau penyiapan bahan untuk digunakan dalam produksi.

Menghitung biaya bahan langsung merupakan bagian penting dalam menentukan total biaya produksi untuk suatu produk, karena biaya ini biasanya merupakan salah satu biaya terbesar yang terkait dengan produksi. Untuk menghitung biaya bahan langsung, bisnis biasanya akan menginventarisir bahan yang saat ini tersedia, menambahkan bahan baru yang dibeli, dan mengurangi bahan yang digunakan atau dibuang selama proses produksi.

Biaya bahan baku dalam UMKM Batik Sari Kenongo Lintang terdiri dari: kain, malam, pewarna, screen. Bahan baku tersebut digunakan dalam proses produksi batik tulis maupun batik printing. Perbedaan biaya bahan baku dari kedua produk tersebut adalah batik tulis hanya menggunakan bahan baku kain, malam serta pewarna saja, tanpa perlu menggunakan screen. Sedangkan untuk batik printing memerlukan bahan kain, pewarna dan screen saja, tanpa menggunakan malam.

Seperti yang dinyatakan bu Lintang dalam wawancara yang dilakukan pada tanggal 23 Mei 2023 sebagai berikut:

*“Bahan baku batik tulis adalah kain, lilin/malam, pewarna. Kain ada 3 jenis, harga jual bahan perpotong dengan ukuran 2,40 m x 1,15m. sedangkan harga beli kainnya per yard Rp20.000 untuk kualitas paling bawah, Rp 25.000 kualitas menengah, dan Rp. 35.000 untuk kualitas kain paling atas. Kain tersebut dibeli dari Solo. Ukuran kain yang dibeli adalah 1 yard 90cm, 1 roll =200-500 m, biasanya minimal membeli kain 1 roll 200 m. sekali produksi menghabiskan kain 20-25m. Lilin/malam Rp.45.000 per kg, pewarna batik tulis mulai harga Rp.500.000 perkg beda warna beda harga. Konsistem menggunakan 1 merk cat, karena beda merk yang digunakan akan berpengaruh terhadap warna yang dihasilkan. Pewarna yang digunakan grade 1, made in Japan, bukan yang made in India. Merknnya naptol yang made in Japan, bukan yg made in India, beda kualitas tapi harganya juga berbeda. Sedangkan untuk pewarna batik printing ber merk remasol yang berharga sekitar Rp. 100.000 an per kg nya. Warna beli dari daerah Pekalongan. Screen printing yang digunakan untuk produksi batik printing berharga sekitar Rp. 500.000 an untuk*

*yang kecil dan Rp. 1.000.000 an untuk yang besar, screen tersebut berasal dari daerah Sragen”.*

Biaya bahan langsung dapat bervariasi tergantung pada berbagai faktor, seperti kuantitas dan kualitas bahan, lokasi dan ketersediaan pemasok, dan fluktuasi pasar yang dapat mempengaruhi biaya bahan baku. Perusahaan biasanya akan berusaha meminimalkan biaya bahan langsung dengan bernegosiasi dengan pemasok, mencari bahan yang lebih hemat biaya, atau mengoptimalkan proses produksi untuk mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi.

b. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja mengacu pada total biaya upah, tunjangan, dan biaya lain yang terkait dengan mempekerjakan pekerja untuk menghasilkan produk atau menyediakan layanan. Biaya tenaga kerja adalah komponen penting dalam menghitung total biaya produksi untuk bisnis dan dapat berdampak signifikan pada profitabilitas.

Biaya tenaga kerja tidak hanya mencakup upah atau gaji yang dibayarkan kepada karyawan, tetapi juga biaya tambahan yang terkait dengan pekerjaan mereka, seperti pajak gaji, asuransi, dan tunjangan. Dalam beberapa kasus, perusahaan mungkin juga perlu memperhitungkan biaya program pelatihan dan pengembangan untuk karyawan, serta biaya tambahan apa pun yang terkait dengan pemeliharaan lingkungan kerja yang aman dan sehat.

Penghitungan biaya tenaga kerja pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang melibatkan penentuan jumlah hari kerja. Untuk karyawan produksi batik printing per harinya ditentukan upah karyawan sebesar Rp 110.000

dengan jumlah hari kerja sebanyak 6 hari. Untuk hari besar dan merah produksi diliburkan sementara. Sementara untuk pembatik penentuannya berdasarkan lembar kain dimana 1 kain sekitar Rp. 50.000 – Rp. 60.000. Untuk produk pakaian jadi memerlukan biaya tenaga kerja tambahan untuk penjahit yaitu sekitar Rp 15.000 – Rp. 20.000 per potong bajunya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 23 Mei 2023 dengan pemilik usaha Bu Lintang tentang biaya tenaga kerja mengatakan:

*“Untuk gajinya perhari 110rb. Ada 3-4 orang karyawan untuk batik printing. Sebulannya mereka kalau rajin masuknya bisa mendapatkan gaji sekitar Rp. 2.800.000 – Rp. 3.000.000. Sedangkan untuk batik tulis itu pembayarannya dilakukan secara Borongan tidak harian lagi. Upahnya untuk 1 lembar sekitar Rp. 50.000 – Rp. 60.000”.*

Mengelola biaya tenaga kerja merupakan aspek penting dalam mengoptimalkan proses produksi dan memaksimalkan profitabilitas. Hal ini dapat dilakukan dengan menerapkan penjadwalan yang efisien dan praktik manajemen waktu, berinvestasi dalam program pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan keterampilan dan produktivitas karyawan, serta menerapkan strategi untuk mengurangi pergantian karyawan dan biaya terkait.

Selain mengelola biaya tenaga kerja, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi biaya tenaga kerja, seperti perubahan undang-undang dan peraturan ketenagakerjaan, persaingan pasar untuk tenaga kerja terampil, dan fluktuasi pasar tenaga kerja secara keseluruhan. Dengan tetap mendapatkan informasi tentang faktor-faktor ini dan menyesuaikan strategi mereka, perusahaan dapat mengelola biaya tenaga kerja dengan lebih baik dan mencapai kesuksesan jangka panjang.

c. Biaya Overhead Pabrik

Overhead pabrik, juga dikenal sebagai overhead pabrik atau beban pabrik, mengacu pada biaya tidak langsung yang terjadi di fasilitas produksi yang diperlukan untuk proses produksi tetapi tidak dapat secara langsung dikaitkan dengan produk atau unit produksi tertentu. Biaya ini mencakup semua biaya yang penting untuk menjalankan pabrik dan mendukung kegiatan produksi.

Menurut Bu Lintang Overhead pabrik pada Batik Sari Kenongo Lintang mencakup berbagai biaya yang terkait dengan operasi manufaktur, seperti:

1. Utilitas pabrik: biaya gas yang diperlukan untuk proses pengomporan dalam produksi batik printing.
2. Biaya Operasi: meliputi biaya untuk keperluan distribusi produk dan biaya lain yang ditujukan untuk produksi.
3. Biaya penyusutan: biaya ini diperlukan untuk dilakukan penyusutan dari mesin printing yang didapatkan dari hibah Universitas Surabaya pada tahun 2013.
4. Biaya pemeliharaan dan perbaikan: biaya ini diperlukan dalam pemeliharaan dan perbaikan yang dilakukan setiap 3 tahun sekali.

Biaya overhead pabrik sangat penting untuk kelancaran operasi manufaktur dan diperlukan untuk memproduksi barang. Meskipun bersifat tidak langsung, biaya ini biasanya dialokasikan ke produk atau departemen dengan menggunakan tarif yang telah ditentukan atau pemicu biaya. Dengan mengalokasikan biaya overhead pabrik, bisnis dapat menentukan total biaya

produksi, mengevaluasi profitabilitas produk, menetapkan harga, dan membuat keputusan bisnis yang tepat.

#### **4.1.7 Proses Produksi**

Modal produksi adalah barang modal riil yang mencakup semua jenis barang yang dibuat untuk mendukung kegiatan produksi barang lain, termasuk yang menghasilkan jasa dan modal dalam bentuk uang yang tersedia di perusahaan untuk membeli mesin dan faktor produksi. Modal uang adalah dana yang digunakan untuk membeli barang modal dan faktor produksi lainnya. Contoh modal produksi adalah barang modal riil barang modal riil, yaitu setiap barang yang digunakan dalam kegiatan produksi untuk menghasilkan barang dan jasa lainnya, seperti mesin, pembangkit listrik, gedung, jalan raya, gudang, dan peralatan lainnya (Jaya & Kholilah, 2020).

##### **a. Batik Tulis**

Batik tulis yang dihasilkan dari industri Batik Sari Kenongo Lintang adalah tidak diproduksi sendiri, melainkan melakukan kerja sama dengan para pembatik di lingkungan Desa Kenongo. Bu Lintang hanya perlu mempersiapkan bahan batik yang akan diproduksi, lalu kain tersebut diserahkan kepada para pembatik, dan akan diberikan upah dengan kesepakatan yang telah dibuat.

Proses produksi batik tulis tradisional, atau batik tulis, biasanya melibatkan beberapa tahap, yang masing-masing membutuhkan keterampilan dan keahlian tingkat tinggi. Berikut ini adalah gambaran umum dari proses produksi:

- 1) Merancang: Langkah pertama dalam memproduksi batik tulis adalah mendesain pola yang akan diterapkan pada kain. Pola biasanya digambar di atas kertas atau kain, dan biasanya terinspirasi dari motif tradisional atau elemen alam.
- 2) Pelorodan: Setelah desain selesai, kain dibentangkan dengan rapat pada sebuah bingkai, dan seniman menggunakan canting, yang merupakan alat seperti pulpen dengan cerat sempit, untuk mengoleskan lilin panas ke area kain yang tidak dimaksudkan untuk diwarnai. Proses ini membutuhkan keterampilan tingkat tinggi, karena sang seniman harus secara hati-hati mengontrol aliran lilin untuk menciptakan garis dan bentuk yang tepat.
- 3) Pencelupan: Kain kemudian dicelup dalam serangkaian rendaman, dengan warna pewarna menjadi semakin gelap di setiap rendaman. Area kain yang telah dilapisi lilin akan menahan pewarna, menciptakan sebuah pola. Kain dikeringkan di antara setiap tahap pencelupan.
- 4) Penghilangan Lilin: Setelah rendaman pewarna terakhir, lilin harus dihilangkan dari kain. Hal ini dilakukan dengan merebus kain dalam air panas untuk melelehkan lilin, yang kemudian dikikis dari permukaan kain.
- 5) Finishing: Terakhir, kain dicuci, dikeringkan, dan disetrika untuk menghilangkan sisa lilin dan memberikan hasil akhir yang halus. Kain batik tulis yang telah selesai kemudian siap digunakan untuk pakaian, dekorasi rumah, atau keperluan lainnya.

Proses pembuatan batik tulis memakan waktu lama dan membutuhkan keterampilan dan keahlian tingkat tinggi. Setiap helai batik tulis memiliki



keunikan tersendiri, dan produk jadinya sangat dihargai karena keindahan dan makna budayanya.

**Gambar 4.6 Proses Produksi  
Batik Tulis**



b. Batik Printing

Proses produksi batik printing berbeda dengan batik tulis karena melibatkan teknik pencetakan dan bukan metode tradisional yang menggunakan lilin dan pewarna dengan tangan. Berikut ini adalah gambaran umum dari proses produksi:

- 1) Meracik warna: Hal pertama yang perlu dilakukan adalah peracikan warna yang digunakan sebagai warna dasar batik printing.
- 2) Gronding warna: setelah warna telah disiapkan selanjutnya dilakukan proses gronding warna pada kain putih yang telah disiapkan sebelumnya.
- 3) Jemur diangin2kan: lalu kain yang sudah diberi warna di jemur dan di angin2kan dengan suhu ruangan tanpa terkena sinar matahari secara langsung. Agar warna melekar dengan baik dengan kain.

- 4) Garuk motif: proses selanjutnya adalah melakukan penggarukan motif dengan screen printing yang sudah dibuat.
- 5) Ngompom: setelah terbentuk motif yang telah diinginkan, kemudian dilakukan pemanasan dengan menggunakan media seperti kompor.
- 6) Pengancingan warna: penguncian warna dilakukan dengan cara mencelupkan kain ke waterglass di mesin pider, lalu di diamkan selama 15 menit
- 7) Cabut warna: setelah itu, Rendam kain ke dalam bak air untuk memunculkan warna asli.
- 8) Bilas & Jemur: setelah melewati semua tahap di atas, kain tersebut dibilas dengan air bersih dan dijemur dibawah sinar matahari.
- 9) Potong & lipat kain: tahap terakhir adalah finishing berupa pemotongan sesuai dengan ukuran yang diinginkan dan pelipatan kain.

Untuk screen printing yang digunakan dalam proses produksi batik printing dibeli Bu Lintang kepada pembuat screen didaerah jawa tengah. Proses pembuatan batik printing lebih cepat dan lebih efisien daripada batik tulis, dan memungkinkan desain yang rumit dibuat dengan cepat dan mudah. Namun, perlu dicatat bahwa batik printing tidak dihargai setinggi batik tulis, yang merupakan metode tradisional untuk membuat desain batik dengan tangan.

**Gambar 4.7 Proses Produksi Batik Printing**



## **4.2 Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.2.1 Penerapan *Target Costing* sebagai perhitungan biaya produksi pada produk batik printing**

Perhitungan biaya produksi dalam UMKM Batik Sari Kenongo Lintang dibedakan menjadi tiga komponen, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik. Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan dengan Bu Lintang, produk batik printing yang dihasilkan UMKM Batik Sari Kenongo Lintang dibedakan menjadi 2 macam produk, yaitu produk pakaian jadi dan produk yang masih berupa kain bahan. Berikut ini adalah data yang diberikan oleh bagian *accounting*, berupa produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM Batik Sari Kenongo Lintang :

**Tabel 4.1 Hasil Produksi Batik Printing Pakaian Jadi Bulan April 2023**

<b>Pakaian Jadi (Potong)</b>	
<b>Produk</b>	<b>Jumlah</b>
Seragam SD	312
Seragam SMA/SMK	332
<b>Total</b>	<b>644</b>

**Tabel 4.2 Hasil Kain Batik Printing Bahan  
Bulan April Tahun 2023**

<b>Bahan (Pcs)</b>	
<b>Produk</b>	<b>Jumlah</b>
Seragam Haji	1500
<b>Total</b>	<b>1500</b>

Biaya produksi pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang, yaitu sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku berupa biaya yang dikeluarkan guna untuk membeli semua bahan baku produksi batik. Fetris ika sebagai *accounting* memberikan informasi mengenai jumlah pemakaian bahan baku dalam produksi batik diatas:

**Tabel 4.3 Biaya Bahan Baku  
Bulan April Tahun 2023**

<b>Biaya Bahan Baku</b>			
<b>Jenis Bahan Baku</b>	<b>Harga Satuan</b>	<b>Jumlah Kebutuhan</b>	<b>Total Biaya</b>
Kain			
Primisima	Rp. 40.000/m	3750 m	Rp 150.000.000
Prima	Rp. 30.000/m	827 m	Rp 24.810.000
Pewarna	Rp. 150.000/m	90 kg	Rp 13.500.000
Screen			
Besar	Rp. 1.500.000/buah	1	Rp 1.500.000
Kecil	Rp. 550.000/buah	4	Rp 2.200.000
<b>Total</b>			<b>Rp192.010.000</b>

Jenis bahan baku kain primisima digunakan untuk produksi batik printing bahan seragam haji, sedangkan untuk kain prima digunakan dalam produksi seragam sekolah. Screen printing besar digunakan pada produksi bahan seragam haji, dan untuk screen printing kecil digunakan untuk proses produksi seragam sekolah.

## 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja dalam produksi batik di UMKM Batik Sari Kenongo Lintang dibedakan menjadi dua yaitu: pencetak dan penjahit. Untuk pembebanannya juga berbeda dimana pencetak berdasarkan hari kerja, sedangkan penjahit berdasarkan per potong baju. Perharinya Bu Lintang bisa memproduksi batik printing sekitar 300m. Adapun biaya tenaga kerja langsung pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang berdasarkan data yang didapat dari bagian *accounting* adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Biaya Tenaga Kerja Langsung  
Bulan April Tahun 2023**

<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	
<b>Bagian</b>	<b>Biaya Tenaga Kerja</b>
Pencetak	Rp 7.040.000
Penjahit	Rp 12.880.000
<b>Total</b>	<b>Rp 19.920.000</b>

## 3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang terdiri dari 2 jenis, yaitu biaya utilitas dan biaya transportasi. Biaya Utilitas merupakan biaya untuk pembelian gas lpg 3kg yang digunakan sebagai pemanas saat pencetakan batik printing agar cat mudah kering. Biaya operasi berupa biaya transportasi dikeluarkan Bu Lintang untuk digunakan dalam proses produksi seperti: mengantarkan bahan kain kepada penjahit, mengantarkan produk kepada konsumen, dan lain.lain. Biaya Penyusutan dikeluarkan karena terdapat pengurangan nilai atau penyusutan pada aset berwujud yaitu mesin printing. Biaya pemeliharaan adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk pemeliharaan mesin-mesin dan peralatan produksi batik printing. Untuk biaya

penyusutan tidak ada karena menurut Kementerian-Keuangan-RI, 2009, mesin printing tersebut merupakan jenis harta berwujud yang termasuk dalam kelompok 1. Pada UU No. 36 Tahun 2008, 2008, Pasal 11 ayat (6) Undang-Undang Pajak Penghasilan disebutkan bahwa kelompok harta berwujud yang bukan bangunan kelompok 1 mempunyai masa manfaat 4 tahun saja. Berikut ini rincian penggunaan biaya overhead pabrik berdasarkan data yang didapat dari bagian *accounting* sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Biaya Overhead Pabrik  
Bulan April Tahun 2023**

<b>Biaya Overhead Pabrik</b>	
<b>Jenis Biaya</b>	<b>Jumlah Biaya</b>
Utilitas (Gas)	Rp 640.000
Biaya Operasi	Rp 1.500.000
Biaya Pemeliharaan & Perbaikan	Rp 400.000
<b>Total</b>	<b>Rp 2.540.000</b>

Berdasarkan rincian biaya produksi yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditentukan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh UMKM Batik Sari Kenongo Lintang untuk produksi 644 potong pakaian jadi dan 1500 kain bahan seragam haji, sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Biaya Produksi Batik Sari Kenongo Lintang  
Bulan April Tahun 2023**

<b>Biaya Produksi</b>	
<b>Jenis Biaya</b>	<b>Total Biaya</b>
Biaya Bahan Baku	Rp 192.010.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 19.920.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp 2.540.000
<b>Total</b>	<b>Rp 214.470.000</b>

Penentuan harga jual produk pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang untuk saat ini masih menggunakan metode konvensional. Bu Lintang menentukan harga

jual produknya berdasarkan biaya produksi yang telah dikeluarkan ditambah dengan laba yang diinginkan berapa persen.

*“Untuk biaya produksi juga tidak dilakukan pencatatan dengan pasti. dan penentuan harga jualnya masih tradisional dengan menambahkan biaya produksi dan laba yang diinginkan. Tidak melakukan survey terhadap harga yang ada dipasar”.*

**Tabel 4.7 Perhitungan Harga Jual dengan Metode Tradisional**

Jenis Produk		HPP/Unit	Laba		Harga Jual
			Rp	%	
		1	2		1+2
SD	Pendek	Rp 53.537	Rp 8.463	14%	Rp 62.000
	Panjang	Rp 66.489	Rp 10.511	14%	Rp 77.000
SMA	Pendek	Rp 79.442	Rp 12.558	14%	Rp 92.000
	Panjang	Rp 83.759	Rp 13.241	14%	Rp 97.000
Haji		Rp112.255	Rp 17.745	14%	Rp130.000

#### **4.2.2 Penerapan *Target Costing* sebagai upaya peningkatan laba pada produk batik printing**

*Target costing* adalah suatu metode penentuan biaya produksi yang di mana penentuan biaya produksi yang dikeluarkan berdasarkan harga pasar yang ada. Sehingga perusahaan dapat memenuhi target laba yang diinginkan (Rudianto, 2013). Peneliti menganalisa mengenai proses penerapan metode *target costing* pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang. Analisa serta pembahasan dilakukan dengan cara menelusuri tahapan-tahapan dalam mencapai tujuan dari penerapan *target costing*. Berikut ini merupakan tahapan-tahapan dalam penerapan target costing pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang:

##### 1. Penentuan Harga Pasar

Melakukan analisis harga pasar perlu dilakukan untuk memahami kekuatan daya saing yang dimiliki oleh UMKM Batik Sari Kenongo Lintang.

Perbandingan harga batik yang diproduksi oleh UMKM Batik Sari Kenongo Lintang dengan produsen batik lainnya memiliki perbedaan harga yang cukup signifikan.

Untuk saat ini UMKM Batik Sari Kenongo Lintang memproduksi

*“Untuk harga produk sendiri selama ini masih melihat konsumennya untuk batik tulis, sedangkan untuk harga batik printing dipatok harga antara 150-250rb yang tergantung sama bahan yang dipakai. Bahan yang digunakan ada 3 macam. Untuk harga yang dibawah 150 ada, tetapi bahan yang digunakan jelas beda dengan harga yang 150. Untuk harga memang fleksibel sesuai dengan budget yang ada dan penggunaan bahannya.”*

a. Seragam SD sederajat

**Tabel 4.8 Daftar Harga Pasar Seragam SD  
Bulan April Tahun 2023**

Harga Dipasaran								
Brand	Batik Sari Kenongo Lintang		Batik Sidojoyo		Pusat_Seragam		LatifahShop	
Seragam SD	Pendek	Panjang	Pendek	Panjang	Pendek	Panjang	Pendek	Panjang
	Rp62.000	Rp77.000	Rp85.000	Rp90.000	Rp81.000	Rp87.000	Rp81.000	Rp87.000

Harga yang ditawarkan oleh UMKM Batik Sari Kenongo Lintang untuk produk seragam SD sederajat cukup bersaing dan lebih murah untuk yang lengan pendek. Sedangkan untuk harga lengan panjang dari Batik Sari Kenongo Lintang kurang bersaing dan relative mahal disbanding dengan pesaingnya.

b. Seragam SMA sederajat

**Tabel 4.9 Daftar Harga Pasar Seragam SMA  
Bulan April Tahun 2023**

Harga Dipasaran								
Brand	Batik Sari Kenongo Lintang		moreisofficial		fam_clothing		jidas_konveksi	
Seragam SMA	Pendek	Panjang	Pendek	Panjang	Pendek	Panjang	Pendek	Panjang
	Rp92.000	Rp97.000	Rp89.000	Rp101.000	Rp80.000	Rp85.000	Rp79.000	Rp84.000



Berdasarkan table diatas, dapat diketahui bahwa harga produk batik printing seragam SMA sederajat cukup tinggi dibandingkan dengan para kompetitor. Lengan panjang maupun lengan pendek memiliki harga yang kurang bersaing. Akan tetapi, jika dibandingkan dengan brand moreisofficial batik lengan panjang dari Batik Sari Kenongo Lintang mempunyai harga yang lebih murah.

c. Bahan Kain Haji

**Tabel 4.10 Daftar Harga Pasar Seragam Haji  
Bulan April Tahun 2023**

<b>Harga Dipasaran</b>	
Batik Sari Kenongo	Rp 135.000
shpcw.store	Rp 121.000
exodusstore.id	Rp 115.000
yusakchen123	Rp 114.000

Untuk produk bahan batik printing seragam haji, terdapat perbedaan harga pada produk Batik Sari Kenongo Lintang dengan harga yang ditawarkan para kompetitor yaitu shpcw.store, exodusstore.id, dan yusakchen123. Apabila dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh ke tiga kompetitor tersebut, harga dari Batik Sari Kenongo Lintang masih lebih tinggi.

Berdasarkan hasil analisis harga pasar tersebut. Kondisi pasar lebih cenderung membutuhkan harga yang murah dengan kualitas produk yang baik. Dengan memiliki harga yang lebih murah akan menguntungkan pembeli dan penjual. Dimana penjual atau pemilik usaha akan memenangkan persaingan dipasar. Oleh karena itu, Bu Lintang selaku pemilik usaha Batik Sari Kenongo Lintang memiliki dua pilihan yakni menurunkan harga produk agar mampu

bersaing dengan para kompetitor yang ada dipasaran atau mempertahankan harga yang ada saat ini.

## 2. Penentuan Laba yang diharapkan

Batik Sari Kenongo Lintang, di bawah manajemen Bu Lintang, menargetkan margin keuntungan sebesar 30% untuk setiap produk yang dijual. Namun, pemilik bisnis saat ini menghadapi tantangan dalam mencapai keuntungan yang diinginkan karena pertimbangan biaya produksi yang tidak memadai dan terus mengalami kenaikan. Selain itu, meningkatnya jumlah pesaing di pasar dan terjadinya pandemic covid-19 pada tahun 2019 semakin menghambat kemampuan Bu Lintang untuk mencapai target laba yang diharapkan.

Bu Lintang menyampaikan hal ini dalam wawancara pada tanggal 23 Mei 2023.

*“Target laba 30% itu diterapkan dulu sebelum pandemic, dan untuk sekarang sesudah pandemic mendapatkan laba 10 - 25% itu saja sudah alhamdulillah. Yang penting cashflow terjaga, karyawan bisa masih kerja, dan produksi masih tetap berlanjut. Mengembalikan costumer aja sudah alhamdulillah. Kita sedang merangkak lagi untuk keluar dari keterpurukan”.*

## 3. Perhitungan Target Costing

**Tabel 4.11 Penjualan Produk Batik Sari Kenongo Lintang Bulan April Tahun 2023**

Penjualan Produk				
Jenis Produk		Produk Terjual	Harga Jual	Pendapatan Penjualan
SD	Pendek	150	Rp 62.000	Rp 9.300.000
	Panjang	162	Rp 77.000	Rp 12.474.000
SMA	Pendek	121	Rp 92.000	Rp 11.132.000
	Panjang	211	Rp 97.000	Rp 20.467.000
Haji		1500	Rp 130.000	Rp 195.000.000
<b>Total Pendapatan</b>				<b>Rp 248.373.000</b>

Pada tabel diatas, jumlah pendapatan dari hasil penjualan batik secara keseluruhan yang dimiliki oleh Batik Sari Kenongo Lintang sebesar Rp. 259.275.000. Angka tersebut diperoleh dari penjualan atas seragam batik SD lengan pendek sebesar Rp. 9.300.000, ditambah dengan seragam batik SD yang berlengan panjang sebesar Rp. 12.474.000. Seragam batik SMA menyumbang penjualan sebesar Rp. 11.132.000 untuk yang lengan pendek, sedangkan untuk yang lengan panjang sebesar Rp. 20.467.000. Kemudian untuk produk bahan kain batik untuk seragam haji pendapatan penjualannya sebesar Rp. 202.500.000, yang merupakan pendapatan penjualan terbesar dibandingkan dengan produk yang lain.

**Tabel 4.12 Persentase Penjualan Produk**

Jenis Produk		Pendapatan Penjualan	Persentase penjualan
SD	Pendek	Rp 9.300.000	4%
	Panjang	Rp 12.474.000	5%
SMA	Pendek	Rp 11.132.000	4%
	Panjang	Rp 20.467.000	8%
Haji		Rp 195.000.000	79%
		<b>Rp 248.373.000</b>	<b>100%</b>

Tabel diatas menjelaskan tentang persentase pendapatan penjualan pada Batik Sari Kenongo Lintang. Terlihat jelas bahwa produk bahan kain batik untuk seragam haji menjadi persentase penjualan terbesar yaitu 79%. Hal tersebut dikarenakan Bu Lintang memenangkan tender untuk membuat kain bahan seragam haji sebanyak 1.500 pcs. Kemudian ada seragam SMA sebesar 8% untuk lengan panjang dan 4% dari lengan pendek. Selain itu, ada seragam SD sebesar 5% untuk lengan panjang, sedangkan lengan pendek sebesar 4%.

**Tabel 4.13 Harga Pokok Produksi Per Unit**

Jenis Produk		Persentase penjualan	Produk Terjual	Total Biaya	HPP/Unit
SD	Pendek	4%	150	Rp 214.470.000	Rp 53.537
	Panjang	5%	162		Rp 66.489
SMA	Pendek	4%	121		Rp 79.442
	Panjang	8%	211		Rp 83.759
Haji		79%	1500		Rp 112.255

Dari tabel sebelumnya yang berisi tentang persentase pendapatan penjualan pada Batik Sari Kenong Lintang, dapat diketahui persentase alokasi pendapatan dari setiap produk terhadap pendapatan penjualan secara keseluruhan. Berdasarkan hal tersebut dapat dilakukan perhitungan harga pokok produk dengan berdasarkan alokasi pendapatan tersebut seperti yang ada pada tabel diatas.

Setelah diketahui harga pokok produk per unit, maka bisa dilakukan perhitungan margin laba pada setiap produknya. Yang disajikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.14 Perhitungan Margin Laba Batik Sari Kenongo Lintang**

Jenis Produk		Harga Jual	HPP/Unit	Margin Laba	
				Rp	%
SD	Pendek	Rp 62.000	Rp 53.537	Rp 8.463	14%
	Panjang	Rp 77.000	Rp 66.489	Rp 10.511	14%
SMA	Pendek	Rp 92.000	Rp 79.442	Rp 12.558	14%
	Panjang	Rp 97.000	Rp 83.759	Rp 13.241	14%
Haji		Rp 130.000	Rp 112.255	Rp 17.745	14%

Tabel diatas mengilustrasikan margin keuntungan yang dicapai oleh Batik Sari Kenongo Lintang melalui penjualan berbagai produk, termasuk seragam SD sederajat, seragam SMA sederajat, dan seragam haji. Meskipun secara keseluruhan penjualan telah menghasilkan keuntungan bagi Batik Sari Kenongo

Lintang, akan tetapi tidak ada satupun yang berhasil mencapai target keuntungan yang diinginkan sebesar 30% yang ditetapkan oleh Batik Sari Kenongo Lintang. Margin keuntungan yang dicapai hanya setengahnya dari target keuntungan yaitu 14% untuk semua produknya. Oleh karena itu, untuk mencapai target laba tersebut, peneliti berencana untuk menggunakan metode target costing untuk perhitungannya.

Setelah diketahui harga pokok produk per unit pada produk yang dijual oleh Batik Sari Kenongo Lintang. Kemudian perlu diketahui juga harga pokok produk yang dijual oleh para kompetitor sebagai bahan perbandingan dan penetapan target cost.

Setelah dilakukan perhitungan harga pokok produk dipasaran pada setiap produk yang dihasilkan oleh Batik Sari Kenongo Lintang, kemudian bisa dilakukan perhitungan *target cost* yang perlu dicapai oleh Batik Sari Kenongo Lintang, sebagai berikut:

**Tabel 4.15 Perhitungan Target Costing**

Jenis Produk		Harga Jual Batik Sari Kenongo Lintang	Harga Jual Pasaran	target laba 30%	TC
SD	Pendek	Rp 62.000	Rp 81.000	Rp24.300,00	<b>Rp56.700</b>
	Panjang	Rp 77.000	Rp 87.000	Rp26.100,00	<b>Rp60.900</b>
SMA	Pendek	Rp 92.000	Rp 80.000	Rp24.000,00	<b>Rp56.000</b>
	Panjang	Rp 97.000	Rp 85.000	Rp25.500,00	<b>Rp59.500</b>
	Haji	Rp 130.000	Rp 115.000	Rp34.500,00	<b>Rp80.500</b>

Berdasarkan tabel diatas diketahui *target cost* yang harus dicapai oleh Batik Sari Kenongo Lintang agar bisa memiliki harga jual produk yang bersaing dan tercapainya target laba yang diinginkan.

#### 4. Melakukan Re-engenering/Rekayasa Nilai

Salah satu cara untuk mencapai target biaya yang belum tercapai adalah melalui penerapan rekayasa nilai. Selain itu, peneliti berusaha untuk melakukan langkah-langkah efisiensi biaya untuk memastikan perusahaan memenuhi target laba yang diinginkan. Oleh karena itu, penulis dapat memberikan saran-saran alternatif yang dapat digunakan sebagai alat bantu pengambilan keputusan untuk meningkatkan efisiensi biaya. Saran-saran tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

a. Mencari supplier bahan baku kain dengan harga yang lebih murah

Bahan baku kain yang digunakan pada saat ini oleh Batik Sari Kenongo Lintang terdiri dari 2 jenis, yaitu kain primisima dan kain prima. Kain primisima digunakan untuk membuat produk kain bahan seragam haji, sedangkan kain prima digunakan untuk membuat produk pakaian jadi seragam sekolah. Bu Lintang membeli kain tersebut dari supplier yang ada di Solo. Harga dari ke dua jenis kain tersebut berbeda yang dipengaruhi dari kualitas kain itu sendiri. Kain primisima dibeli Bu Lintang dengan harga Rp.40.000 /m, sedangkan untuk kain prima dibeli Bu Lintang dengan harga Rp. 30.000 /m.

Peneliti berusaha untuk mencari supplier kain lainnya yang memiliki harga yang lebih murah akan tetapi memiliki kualitas yang sama dengan supplier sebelumnya. Supplier bahan baku kain yang ditemukan dengan harga Rp. 26.000 per m untuk jenis kain primisima dari solo. Kain prima ditemukan dengan harga Rp. 20.000 per m yang berasal dari solo dan satu toko dengan jenis kain primisima. Supplier dengan harga yang lebih murah

dan kualitas yang sama akan membantu untuk mencapai target cost dan target laba yang diinginkan Bu Lintang.

Perhitungan biaya bahan baku setelah dilakukan rekayasa nilai dapat dilihat ditabel sebagai berikut:

**Tabel 4.16 Biaya Bahan Baku Setelah Rekayasa Nilai**

<b>Biaya Bahan Baku</b>			
<b>Jenis Bahan Baku</b>	<b>Harga Satuan</b>	<b>Jumlah Kebutuhan</b>	<b>Total Biaya</b>
Kain			
Primisima	Rp. 26.000/m	3750 m	Rp 97.500.000
Prima	Rp. 20.000/m	827 m	Rp 16.540.000
Pewarna	Rp. 150.000/m	90 kg	Rp 13.500.000
Screen			
Besar	Rp. 1.500.000/buah	1	Rp 1.500.000
Kecil	Rp. 550.000/buah	4	Rp 2.200.000
<b>Total</b>			<b>Rp131.240.000</b>

Setelah dilakukan rekayasa nilai, biaya bahan baku khususnya bahan baku kain mengalami penurunan dari awalnya Rp 150.000.000 menjadi Rp 97.500.000 atau setara dengan 35% untuk jenis kain pimisima. Untuk biaya bahan baku kain prima juga mengalami penurunan dari Rp 24.810.000 menjadi Rp 16.450.000 atau setara dengan 33%. Sedangkan untuk biaya bahan baku lainnya tetap sama.

b. Memaksimalkan produksi batik printing

Selama ini produksi batik printing Bu Lintang per harinya adalah 300 m.

*“Biasanya untuk 1 hari produksi batik printing 7 meja, 7 meja itu = 63 potong / 7 x 20 = 140 meter. Dan maksimal bisa mencapai sekitar 400 meter an per hari. Banyaknya produksi batik printing tergantung kepada cetakannya(motif), semakin banyak cetakan maka semakin sedikit produksi yang dihasilkan perharinya. Kalau cetakannya hanya 1 atau 2, sehari bisa memproduksi 10-15 meja perhari.”*

Selain dipengaruhi oleh cetakan yang digunakan dalam produksi, kapasitas produksi pada Batik Sari Kenongo Lintang tidak bisa maksimal karena adanya ketidaksiplinan pada karyawannya.

*“Karena para karyawannya yg produksi batik printing tidak bisa bangun pagi dan libur kerja yang terserah mereka, untuk yg batik tulis itu juga selonggarnya dia untuk mengerjakan batik tulis tersebut. Ga ada ketentuan dan ketetapan yang pasti. Kalau mereka bekerja dengan maksimal artinya masuk tepat waktu libur dijatah, gitu produksi bisa maksimal kira-kira 400 m perharinya. Karena mungkin bagi mereka gajinya tidak UMK, tapi untuk gajinya perhari 110rb”.*

Jika produksi dilakukan dengan maksimal, kemungkinan proses produksi Batik Printing bisa menghasilkan kurang lebih 400 m perharinya. Awalnya cuma produksi 300 m per hari menjadi 400 m. Misal untuk pengerjaan bahan seragam haji yang awalnya membutuhkan waktu kerja 13 hari untuk menyelesaikannya menjadi 9 hari saja untuk dapat menyelesaikannya. Dengan begitu, biaya tenaga kerja dapat di hemat yang awalnya sebesar Rp 7.040.000 menjadi Rp 5.280.000 biaya yang dihemat adalah Rp 1.760.000. Apabila produksi yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan maksimal, tidak hanya biaya tenaga kerja langsung bagian pencetak saja yang terpengaruhi, biaya overhead pabrik bagian utilitas (gas) juga terpengaruhi dengan biaya yang di hemat adalah Rp 160.000.

**Tabel 4.17 Biaya Tenaga Kerja Langsung Setelah Rekayasa Nilai**

<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	
<b>Bagian</b>	<b>Biaya Tenaga Kerja</b>
Pencetak	Rp 5.280.000
Penjahit	Rp 12.880.000
<b>Total</b>	<b>Rp 18.160.000</b>



c. Meminimalisir Biaya Pemeliharaan dan Perbaikan

Biaya Overhead Pabrik yang ada pada Batik Sari Kenongo Lintang salah satunya adalah biaya pemeliharaan dan perbaikan. Pemeliharaan dan perbaikan biasanya dilakukan pada alat printing dan juga meja printing karena sering macet atau tidak bisa bergeser dengan normal dan bantalan meja printing yang sering sobek terkena benda tajam. Untuk meminimalisir biaya pemeliharaan dan perbaikan dan menghindari terjadinya kerusakan alat printing dan meja printing, peneliti memberikan alternatif dengan memberikan sedikit pelumas pada alat printing tersebut dan juga memberikan arahan untuk kepada karyawannya untuk tidak meletakkan alat tajam sembarangan setelah dipakai seperti gunting, pisau, dan lainnya. Selain itu, karyawan sebaiknya menggunakan alat produksi yang ada dengan sebaik mungkin dan membersihkannya setelah digunakan supaya awet dan tahan lama.

**Tabel 4.18 Biaya Overhead Pabrik  
Setelah Rekayasa Nilai**

<b>Biaya Overhead Pabrik</b>	
<b>Jenis Biaya</b>	<b>Jumlah Biaya</b>
Utilitas (Gas)	Rp 480.000
Biaya Operasi	Rp 1.500.000
Biaya Pemeliharaan & Perbaikan	Rp 300.000
<b>Total</b>	<b>Rp 2.280.000</b>

**Tabel 4.19 Biaya Produksi Setelah Dilakukan  
Rekayasa Nilai**

<b>Biaya Produksi</b>	
<b>Jenis Biaya</b>	<b>Total Biaya</b>
Biaya Bahan Baku	Rp 131.240.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 18.160.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp 2.280.000
<b>Total</b>	<b>Rp 151.680.000</b>

Biaya produksi yang baru setelah dilakukan rekayasa nilai telah ditentukan. Kemudian bisa dilakukan perhitungan kembali harga pokok produk per unitnya berdasarkan biaya produksi yang baru tersebut, seperti sebagai berikut:

**Tabel 4.20 Perhitungan HPP Per unit Setelah Rekayasa Nilai**

Jenis Produk		Persentase penjualan	Produk Terjual	Total Biaya	HPP/Unit
SD	Pendek	4%	150	Rp151.680.000	Rp 37.863
	Panjang	5%	162		Rp 47.023
SMA	Pendek	4%	121		Rp 56.184
	Panjang	8%	211		Rp 59.237
	Haji	79%	1500		Rp 79.390

**Tabel 4.21 Perbandingan HPP dengan Target Cost**

Jenis Produk		HPP Batik Sari Kenongo Lintang	TC
SD	Pendek	Rp 37.863	Rp 56.700
	Panjang	Rp 47.023	Rp 60.900
SMA	Pendek	Rp 56.184	Rp 56.000
	Panjang	Rp 59.237	Rp 59.500
	Haji	Rp 79.390	Rp 80.500

**Tabel 4.22 Perhitungan Margin Laba Setelah Rekayasa Nilai**

Jenis Produk		Harga Jual	HPP/Unit	Margin Laba	
				Rp	%
SD	Pendek	Rp 62.000	Rp 37.863	Rp 24.137	39%
	Panjang	Rp 77.000	Rp 47.023	Rp 29.977	39%
SMA	Pendek	Rp 92.000	Rp 56.184	Rp 35.816	39%
	Panjang	Rp 97.000	Rp 59.237	Rp 37.763	39%
	Haji	Rp130.000	Rp 79.390	Rp 50.610	39%

Harga pokok produk per unit sudah ditemukan dan terjadi penurunan dari harga pokok produk per unit sebelumnya. Dampak dari penurunan dari harga pokok produk per unit tersebut adalah naiknya margin laba dari yang sebelumnya hanya 15% pada semua produknya menjadi 39% untuk setiap produknya. Hal tersebut berarti bahwa target laba 30% yang ditentukan Batik Sari Kenongo Lintang akan

tercapai bahkan bisa terlampaui sampai 39% apabila Batik Sari Kenongo Lintang. Menerapkan metode *target costing* dalam memperhitungkan biaya produksinya.

Tabel berikut ini menyajikan tentang perbandingan kalkulasi harga pokok produk per unit sebelum dan sesudah dilakukan Target Costing.

**Tabel 4.23 Perbandingan HPP Sebelum dan Sesudah Rekayasa Nilai**

Jenis Produk		HPP Batik Sari Kenongo Lintang		Selisih Biaya	
		Sebelum	Sesudah	Rp	%
SD	Pendek	Rp 53.537	Rp 37.863	Rp 15.674	29%
	Panjang	Rp 66.489	Rp 47.023	Rp 19.466	29%
SMA	Pendek	Rp 79.442	Rp 56.184	Rp 23.258	29%
	Panjang	Rp 83.759	Rp 59.237	Rp 24.522	29%
	Haji	Rp 112.255	Rp 79.390	Rp 32.865	29%

Berdasarkan hasil dari perbandingan harga pokok produk per unit sebelum dan sesudah dilakukan Target Costing dapat dilihat bahwa adanya efisiensi biaya pada setiap produknya, sebesar 29%. Untuk perbandingan total biaya menurut perusahaan dan target costing akan disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 24 Selisih Biaya Menurut Perusahaan dan Target Costing**

Jenis Produk		Produk Terjual	Total Biaya		Selisih Biaya	
			Perusahaan	Target Costing	Rp	%
SD	Pendek	150	Rp 8.030.547	Rp 5.679.458	Rp 2.351.089	29%
	Panjang	162	Rp 10.771.295	Rp 7.617.802	Rp 3.153.493	29%
SMA	Pendek	121	Rp 9.612.478	Rp 6.798.250	Rp 2.814.228	29%
	Panjang	211	Rp 17.673.247	Rp 12.499.082	Rp 5.174.165	29%
	Haji	1500	Rp 168.382.433	Rp 119.085.408	Rp 49.297.025	29%

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa Target Costing merupakan alternatif yang menguntungkan bagi Batik Sari Kenongo Lintang. Hal ini terlihat dari perbedaan total biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan sebelum dan sesudah menerapkan metode target costing. Sebelumnya, biaya produksi sebuah seragam SD lengan pendek Rp. 53.537, namun dengan adanya target costing biaya

tersebut berkurang menjadi Rp. 37. 863. Untuk lengan panjang menurun dari Rp. 66.489 menjadi Rp 47.023. Demikian pula dengan biaya pembuatan seragam SMA lengan pendek yang turun dari Rp. 79.442 menjadi Rp. 56.184, dan untuk lengan panjang turun dari yang pada awalnya Rp 83.759 menjadi 59.237. Biaya produksi untuk pembuatan kain bahan batik printing seragam haji turun dari Rp. 112.255 menjadi Rp. 79.390 dengan menggunakan target costing. Setara dengan penurunan sebesar 29% untuk setiap produknya,

Perhitungan persediaan pada produk yang tersedia atau ready stock khususnya untuk batik printing yang ada pada bulan juni 2023 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.25 Persediaan Barang Jadi Batik Printing Sebelum Target Costing**

Jenis Produk		Keterangan	Persediaan	
			Awal	Akhir
Pakaian Jadi	Pendek	Biaya	Rp 79.442	Rp 79.442
		Jumlah	30	54
		Nilai	Rp 2.383.259	Rp 4.289.866
	Panjang	Biaya	Rp 83.759	Rp 83.759
		Jumlah	20	50
		Nilai	Rp 1.675.189	Rp 4.187.973
Bahan		Biaya	Rp 112.255	Rp 112.255
		Jumlah	57	112
		Nilai	Rp 6.398.532	Rp 12.572.555
		<b>Total</b>	<b>Rp 10.456.981</b>	<b>Rp 21.050.395</b>

Setelah dilakukan perhitungan nilai persediaan awal dan akhir barang jadi batik printing, selanjutnya bisa dilakukan perhitungan laba rugi pada UMKM Batik Sari Kenongo Lintang dengan menggunakan biaya produksi sebelum dilakukan penerapan *target costing*, sebagai berikut:

**Tabel 4. 26 Laporan Laba/Rugi Sebelum Target Costing**

Penjualan			<b>Rp 248.373.000,00</b>
Harga Pokok Penjualan			
Biaya Bahan Baku	Rp 192.010.000,00		
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 19.920.000,00		
Biaya Overhead Pabrik	Rp 1.040.000,00		
Biaya Produksi		Rp 212.970.000,00	
Persediaan Awal Barang Jadi		<u>Rp 10.456.980,83</u>	
Persediaan Total Barang Jadi		Rp 223.426.980,83	
Persediaan Akhir Barang Jadi		<u>Rp 21.050.394,61</u>	
Harga Pokok Penjualan			<u>Rp 202.376.586,22</u>
Laba Kotor			Rp 45.996.413,78
Biaya Operasi			<u>Rp 1.500.000,00</u>
<b>Laba Bersih</b>			<b>Rp 44.496.413,78</b>

Perhitungan persediaan barang jadi dengan menggunakan biaya setelah dilakukan *target costing*, sebagai berikut:

**Tabel 4.27 Persediaan Barang Jadi Batik Printing Setelah Target Costing**

Jenis Produk		Keterangan	Persediaan	
			Awal	Akhir
<b>Pakaian Jadi</b>	Pendek	Biaya	Rp 56.184	Rp 56.184
		Jumlah	30	54
		Nilai		Rp 3.033.930
	Panjang	Biaya	Rp 59.237	Rp 59.237
		Jumlah	20	50
		Nilai	Rp 1.184.747	Rp 2.961.868
<b>Bahan</b>		Biaya	Rp 79.390	Rp 79.390
		Jumlah	57	112
		Nilai	Rp 4.525.245	Rp 8.891.710
		<b>Total</b>	<b>Rp 5.709.993</b>	<b>Rp 14.887.508</b>

Berikut ini adalah laporan laba rugi UMKM Batik Sari Kenongo Lintang dengan menggunakan biaya setelah *target costing*. Terlihat bahwa laba yang dihasilkan mengalami kenaikan hingga 2 kali lipat, dibandingkan dengan sebelum dilakukan penerapan *target costing*.

**Tabel 4.28 Laporan Laba/Rugi Setelah *Target Costing***

<b>Penjualan</b>			<b>Rp 248.373.000,00</b>
Harga Pokok Penjualan			
Biaya Bahan Baku	Rp 131.240.000,00		
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 18.160.000,00		
Biaya Overhead Pabrik	<u>Rp 780.000,00</u>		
Biaya Produksi		Rp 150.180.000,00	
Persediaan Awal Barang Jadi		<u>Rp 5.709.992,63</u>	
Persediaan Total Barang Jadi		Rp 155.889.992,63	
Persediaan Akhir Barang Jadi		<u>Rp 14.887.508,06</u>	
Harga Pokok Penjualan			<u>Rp 141.002.484,57</u>
Laba Kotor			Rp 107.370.515,43
Biaya Operasi			<u>Rp 1.500.000,00</u>
<b>Laba Bersih</b>			<b>Rp 105.870.515,43</b>

## **BAB V**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan berdasarkan hasil pembahasan dan perhitungan diatas adalah sebagai berikut:

1. Penentuan biaya produksi yang efisien dapat dilakukan Batik Sari Kenongo Lintang dengan menggunakan metode *Target Costing*. *Target Costing* menjadi alternatif yang bagus bagi perusahaan yang ingin mengurangi biaya produksi. Dengan menerapkan metode *Target Costing*, perusahaan mampu untuk mencapai penghematan biaya hingga 29% dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan sebelum menggunakan metode *Target Costing*.
2. Penerapan metode *Target Costing* memberikan dampak yang menguntungkan bagi laba perusahaan. Dengan menekan biaya-biaya selama proses produksi, perusahaan mampu mencapai target laba yang telah ditetapkan. Awalnya, laba perusahaan dari produk keramik berkisar antara 14%. Namun, dengan menerapkan metode target costing pada produk batik printing, Batik Sari Kenongo Lintang dapat mencapai target laba yang diinginkan yaitu 30%, bahkan melebihi target sampai 39%.

#### **5.2 Saran**

Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang berharga bagi pemilik Batik Sari Kenongo Lintang yaitu Bu Lintang mengenai

penerapan metode *target costing*. Dengan menerapkan metode ini, perusahaan dapat mencapai penghematan biaya dan meningkatkan profitabilitas.

Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kemajuan ilmu akuntansi manajemen, khususnya di bidang metode *target costing*, maksimalisasi laba, dan signifikansi biaya produksi. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan tambahan mengenai tahapan-tahapan yang terlibat dalam penerapan metode *target costing* untuk mengurangi biaya produksi dan memaksimalkan laba.

Untuk peneliti selanjutnya, penulis merekomendasikan untuk melakukan penelitian yang menyeluruh dan dipersiapkan dengan baik, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti durasi penelitian dan pengumpulan data dari perusahaan untuk memastikan hasil penelitian yang lebih komprehensif mengenai *target costing*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Atika, Kholifah, N., Nurrohmah, S., & Purwiningsih, R. (2020). Eksistensi Motif batik klasik pada generasi Z. *Teknobuga*, 8(2), 141–144.  
<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/teknobuga/index>
- Dewantoro, A. P. (2022). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Batik dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi (Studi Kasus pada Kampung Batik Jetis Sidoarjo)*. 2, 117–123.  
<https://doi.org/10.46821/bharanomics.v2i2.256>
- Ervika, A., & Fahrozi, R. (2022). *ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING SEBAGAI SISTEM PENGENDALIAN BIAYA PRODUKSI TANGKI AIR FIBER (Studi Kasus Pada UD Karya Bersama Fiberglass di Cibinong Kabupaten Bogor)*. 2.
- Firmansyah, F., Rozi, C., & Prajawati, M. I. (2021). Economic benefit, convenience dan risk benefit dalam mempengaruhi penggunaan Fintech yang berulang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(2), 113–124.  
<https://doi.org/10.21067/jem.v17i2.5578>
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2004). *Management Accounting* (B. Nicodemus (ed.); 7th ed.). Salemba Empat.
- Haris, A., Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2022). Expanding the Technology Acceptance Model (TAM) to investigate e-learning usage behavior during the COVID-19 pandemic : Islamic Higher Education Institution (IHEI) context. *Baltic Journal of Law & Politics*, 15(1), 1885–1903.  
<https://doi.org/10.2478/bjlp-2022-00120>
- Hastuti, S. (2021). PENERAPAN COST REDUCTION STRATEGIES DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA USAHA KECIL MENENGAH (UMKM) KOTA BOGOR (Studi pada Anggota UMKM di Komunitas Kefir Bogor). *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 78. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i1.394>
- Ikhsan, A. N., Herman, K., & Kalalo, M. (2016). Analisis Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Mandala Bakery. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3), 635–646.
- Jaya, T. J., & Kholilah, K. (2020). Effect of Gross Domestic Regional Bruto, Provincial Minimum Wage, and Investment on Labor Absorption. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(3), 236.  
<https://doi.org/10.26418/jebik.v9i3.42642>
- Kementerian-Keluangan-RI. (2009). *Peraturan Menteri Keuangan No. 96-PMK.03-2009* (Vol. 2004, pp. 1–6).  
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/96~PMK.03~2009Per.htm>

- Kumalasari, H. W. (2016). Penerapan Sistem Target Costing dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Usaha (Studi Kasus Usaha Dagang Tiga Putra di Kota Mojokerto ). *Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 123–146.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Mulyadi. (2003). *Activity Based Cost System* (A. P. Yudhan (ed.); 6th ed.). UPP AMP YKPN.
- Nikmatullah, M. I., & Widarsono, A. (2014). Analisis Penerapan Cost Reduction dalam Peningkatan Laba. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 352–363.
- Pratiwi, W. A., & Wirananda, H. A. (2022). Analisis Perbandingan Penerapan Target Costing Dan Activity Based Costing Dalam Pengendalian Biaya Produksi Pada UD. Ratu Bakery And Cake Shop. *PESHUM: Jurnal Pendidikan ...*, 1(2), 121–131.  
<http://ulilalbabinstitute.com/index.php/PESHUM/article/view/94>
- Rahmasania, H., Dahtiah, N., Studi Akuntansi, P., & Negeri Bandung, P. (2022). Analisis Penerapan Target Costing Dan Activity Based Costing Sebagai Alternatif Pengendalian Harga Pokok Produksi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 10(2), 31–42. <https://doi.org/10.17509/jrak.v10i2.38531>
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen* (S. Suryadi (ed.)). PENERBIT ERLANGGA.
- S, B., & Prajawati, M. I. (2020). Membangun Hubungan Berkelanjutan Sektor UMKM dan Perbankan. *Iqtishoduna*, 16(2), 147–166.  
<https://doi.org/10.18860/iq.v16i2.7876>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Supit, M. M., Gamaliel, H., Rondonuwu, S. N., & Ratulangi, U. S. (2022). Analisis Penerapan Target Costing Dan Cost-Volume-Profit Sebagai Alat Bantu Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Perencanaan Laba Saat Low Season Pada Hotel Sintesa Peninsula Manado. 3(September), 2685–2695.
- Tambunan, H. B., Ilat, V., & Pusung, R. J. (2021). Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Penghematan Biaya Produksi pada UMKM Trendy Fried Chicken di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 1335–1341.
- UU No. 36 Tahun 2008. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan*.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Daftar Hasil Wawancara

#### Wawancara Penelitian

No.	Pertanyaan	Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana kondisi dari usaha Batik Sari Kenongo Lintang pada saat ini?	<p>Laba yang dihasilkan mengalami naik turun atau tidak pasti, tergantung harga bahan baku yang mengalami kenaikan seiring dengan naiknya nilai tukar dollar, perang ukraina dan rusia juga memberikan dampak yang signifikan terhadap kenaikan harga bahan baku dalam pembuatan batik.</p> <p>Kenaikan harga bahan baku tidak langsung melambung tinggi tetapi sedikit demi sedikit dengan intensitas yang tinggi sampai mengalami kenaikan sekitar 30%. Sedangkan kita juga harus kejar target yang sempat turun drastis akibat adanya pandemi covid 19 membuat kita harus menutup target yg buruk tersebut. Yang sebelumnya bisa mendapatkan laba 30-50%, sekarang mengalami penurunan laba sampai cuma 25%. Karena harga bahan yang naik tetapi pasar juga tidak mau apabila harga jualnya naik yang signifikan. Kalau dibilang sudah pulih dari pandemi itu masih belum tetapi masih dalam</p>

		merangkak atau perlahan-lahan bangkit. Masih mengembalikan sisa” pandemi kemarin yang produksi tetap berjalan tetapi tidak ada penjualan.
2.	Bagaimana sejarah berdirinya usaha Batik Sari Kenongo Lintang?	Ibu Lintang sendiri adalah generasi ke 3 dari nenek yang belum memiliki butik tetapi masih menjadi buruh, kemudian mama atau generasi ke dua yang pada tahun 1997 sudah memiliki butik sendiri sampai sekarang, lalu beralih ke Bu Lintang atau generasi ke 3 dari 2015 sampai sekarang, pada tahun 2016 sudah berbentuk CV. Alasan dibentuknya cv adalah berdasarkan pengalaman dari generasi sebelumnya diketahui bahwa mayoritas konsumen itu meminta berbadan usaha dan legalitas, dalam arti bahwa kalau kita ingin naik kelas dan mendapatkan pasar yang luas lagi misalnya instansi (pemerintahan, sekolah, perusahaan dll)
3.	Produk apa saja yang dihasilkan dari Batik Sari Kenongo Lintang?	Produk yang dihasilkan dalam Batik Sari Kenongo Lintang ini adalah berupa bahan dan produk jadi. Terus untuk jenis batik yang dihasilkan tidak hanya batik tulis saja akan tetapi batik printing juga. Dimana masing-masing target pasar nya memiliki pasar sendiri, batik tulis biasanya target pasarnya yaitu kalangan menengah keatas, sedangkan batik

		printing target pasarnya adalah kalangan menengah kebawah.
4.	Bagaimana kondisi pasar pada penjualan batik pada saat ini?	Pada saat ini, intensitas orang untuk mencari batik tulis susah atau kurang, dalam arti untuk mencari konsumen dari batik tulis sangat sulit. Karena rate harganya untuk kalangan menengah keatas, dan kalah saing dengan batik printing. Hal tersebut yang membuat Bu Lintang memutuskan untuk melakukan inovasi dan pengembangan produk batik yang awalnya hanya memproduksi batik tulis saja, sekarang juga memproduksi batik printing. Supaya dapat mempertahankan kelangsungan hidup bisnis batiknya dan juga dapat merangkul pasar kalangan kelas menengah kebawah yang konsumennya lebih banyak.
5.	Bagaimana cara pemasaran produk Batik Sari Kenongo Lintang?	Produksi batik ini tidak muter, diam tidak setiap hari mengeluarkan barang, banyak diamnya. Untuk pemasaran secara offline dan online, akan tetapi untuk online kita masih kalah dengan daerah-daerah di Jawa Tengah, karena dipikir kita di SDA merupakan daerah yang UMKM nya masih rendah. Jawa Tengah masih lumayan daripada disini, jadi cost untuk produksinya lebih rendah daripada disini.

		<p>Untuk masuk ke pemasaran online tidak susah, karena persaingan yang utama di pasar online adalah tentang persaingan harga bukan kualitas produk. Akan tetapi, kebanyakan orang memang sudah lebih cocok dengan suatu produk dengan lihat langsung kualitas produknya. Kalau untuk masuk pasar online Batik Sari Kenongo Lintang memiliki potensi yang besar akan tetapi untuk saat ini masih belum bisa ngangkat.</p>
6.	<p>Berapa persen target laba yang diinginkan?</p>	<p>Target laba 30% itu diterapkan dulu sebelum pandemic, dan untuk sekarang sesudah pandemic mendapatkan laba 20 - 25% itu saja sudah alhamdulillah. Yang penting cashflow terjaga, karyawan bisa masih kerja, dan produksi masih tetap berlanjut. Mengembalikan customer aja sudah alhamdulillah.</p>
7.	<p>Berapa harga produk yang dihasilkan dari Batik Sari Kenongo Lintang?</p>	<p>Untuk harga produk sendiri selama ini masih melihat konsumennya untuk batik tulis, sedangkan untuk harga batik printing dipatok harga antara Rp 150.000 – Rp 250.000 yang tergantung sama bahan yang dipakai. Bahan yang digunakan ada 3 macam. Untuk harga yang dibawah Rp 150.000 ada, tetapi bahan yang digunakan jelas beda dengan harga yang Rp</p>

		150.000. Untuk harga memang fleksibel sesuai dengan budget yang ada dan penggunaan bahannya.
8.	Berapa banyak produksi batik printing yang bisa dilakukan oleh Batik Sari Kenongo Lintang?	Bu Lintang biasanya untuk 1 hari produksi batik printing 7 meja, 7 meja itu = $63 \text{ potong} / 7 \times 20 = 140$ meter. Dan maksimal bisa mencapai sekitar 400 meter an per hari. Banyaknya produksi batik printing tergantung kepada cetakannya(motif), semakin banyak cetakan maka semakin sedikit produksi yang dihasilkan perharinya. Kalau cetakannya hanya 1 atau 2, sehari bisa memproduksi 10-15 meja perhari.
9.	Bagaimana perhitungan biaya tenaga kerja pada Batik Sari Kenongo Lintang?	Untuk gajinya perhari Rp. 110.000. Ada 4 orang karyawan untuk batik printing. Sedangkan untuk batik tulis itu pembayarannya dilakukan secara Borongan tidak harian lagi. Upahnya untuk 1 lembar sekitar Rp 50.000 – Rp 60.000. Untuk upah tukang jahitnya adalah Rp 20.000 per potong baju.
10.	Apa saja bahan baku yang digunakan dalam pembuatan batik printing dan harganya berapa?	Bahan baku batik tulis adalah kain, lilin/malam, pewarna. Kain ada 3 jenis, harga jual bahan perpotong dengan ukuran 2,40 m x 1,15m. sedangkan harga beli kainnya per yard Rp20.000 untuk kualitas paling bawah, Rp 30.000 kualitas menengah, dan Rp 40.000 untuk kualitas atas. 1 yard 90cm, 1 roll =200-500 m, biasanya minimal

		membeli kain 1 roll 200 m. sekali produksi menghabiskan kain 20-25m. Lilin/malam Rp.45.000 per kg, pewarna mulai harga Rp.500.000 perkg beda warna beda harga. Selain itu, pewarna yang digunakan ber merk remasol dengan harga Rp 150.000 per kg.
11.	Mesin printing dan meja printing yang digunakan pada saat ini dahulu dibeli dengan harga berapa dan pada tahun berapa?	Untuk mesin dan meja printing tersebut tidak beli sendiri, melainkan didapatkan dari hibah Universitas Surabaya yang pada awalnya ada mahasiswanya yang sedang praktek disini, dan akhirnya dihibahkanlah alat tersebut secara Cuma-Cuma pada tahun 2013, dan perkiraan untuk harganya berkisar di harga Rp 70.000.000.
12.	Untuk biaya-biaya yang lainnya dalam proses produksi batik printing ada apa saja bu?	Untuk biaya lainnya yang dibutuhkan dalam proses produksi batik printing ada gas 3 kg yang 1 hari bisa menghabiskan 2 buah. Biaya operasi untuk keperluan dalam produksi. Dan biaya <i>maintenance</i> untuk mesin biasanya Rp 3.000.000 per 3 tahun sekali.



## Lampiran 2 Bukti Penelitian

Gambar 1: Wawancara dengan *owner* Batik Sari Kenongo Lintang



Gambar 2: Butik Batik Sari Kenongo Lintang



Gambar 3: Foto Produk yang dihasilkan Batik Sari Kenongo Lintang



### Lampiran 3 Biodata Peneliti

#### Informasi Pribadi

Nama : Atok Illah

Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 18 Oktober 2000

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Alamat Asal : Dusun Jambangan, RT 015 / RW 005, Desa Ketangirejo,  
Kec.Kejayan, Kab Pasuruan, Jawa Timur

Alamat Tinggal : Perum Puri Nirwana Gajayana Kav. 26 Jl. Simpang Gajayana,  
Dinoyo, Lowokwaru, Malang

Nomor HP : 085736685584

Email : Atok18102000@gmail.com

#### Pendidikan Formal

2005 – 2007 : TK Darul Ulum Gondangwetan

2007 – 2013 : MI Darul Ulum Gondangwetan

2013 – 2016 : SMP Negeri 1 Gondangwetan

2016 – 2019 : SMAN 1 Gondangwetan

2019 – : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim program studi  
Sekarang S1 Akuntansi

#### Pendidikan Non-Formal

2019 – 2020 : Ma'had Sunan Ampel Al- 'Aly Malang

2019 – 2020 : Program Khusus Pengembangan Bahasa Arab (PKPBA)

2020 – 2021 : Program Khusus Pengembangan Bahasa Inggris (PKPBI)

**Organisasi**

- 2020 – 2020 : Anggota dan Pemegang Koperasi Mahasiswa Padang Bulan
- 2020 – 2021 : Pengurus (Divisi Publikasi dan Dokumentasi) Tax Center UIN  
Malang
- 2021 : Pengurus (Divisi Resource and Development) Accounting  
Development Community

**Aktivitas dan Pelatihan**

- 2022 : Pelatihan e-spt PPh 21 oleh Tax Center
- 2022 : Pelatihan Accurate oleh Aslab Akuntansi dan Auditing
- 2022 : Pelatihan ATLAS oleh Aslab Akuntansi dan Auditing

6/16/23, 5:56 PM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
 FAKULTAS EKONOMI  
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

#### JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

#### IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 19520032  
 Nama : Atok Illah  
 Fakultas : Ekonomi  
 Program Studi : Akuntansi  
 Dosen Pembimbing : Novi Lailiyul Wafiroh, M.A  
 Judul Skripsi : ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* STUDI KASUS PADA UMKM BATIK SARI KENONGO LINTANG

#### JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	21 September 2022	Melakukan bimbingan perihal bab 1	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
2	20 Oktober 2022	Melakukan bimbingan perihal bab 2	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
3	24 Oktober 2022	Melakukan bimbingan perihal bab 3	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
4	8 November 2022	Melakukan bimbingan perihal bab 1 2 3	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
5	15 November 2022	Melakukan bimbingan perihal bab 2 3	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
6	5 Desember 2022	Melakukan bimbingan perihal persiapan untuk ujian seminar proposal.	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
7	28 Desember 2022	Melakukan bimbingan perihal sample yang akan diambil dalam melakukan penelitian.	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
8	2 Januari 2023	Melakukan bimbingan perihal pengumpulan revisi seminar proposal	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
9	3 Januari 2023	Melakukan bimbingan perihal revisi seminar proposal.	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
10	1 Februari 2023	Melakukan bimbingan perihal pengumpulan revisi seminar proposal.	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
11	17 Mei 2023	Melakukan bimbingan perihal data yang sudah dikumpulkan dalam penelitian	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
 FAKULTAS EKONOMI  
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

#### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zuraidah, M.S.A  
 NIP : 197612102009122001  
 Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Atok Illah  
 NIM : 19520032  
 Konsentrasi : Akuntansi Biaya  
 Judul Skripsi : ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* STUDI KASUS PADA UMKM BATIK SARI KENONGO LINTANG

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*.

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
24%	23%	7%	10%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 16 Juni 2023

UP2M



Zuraidah, M.S.A