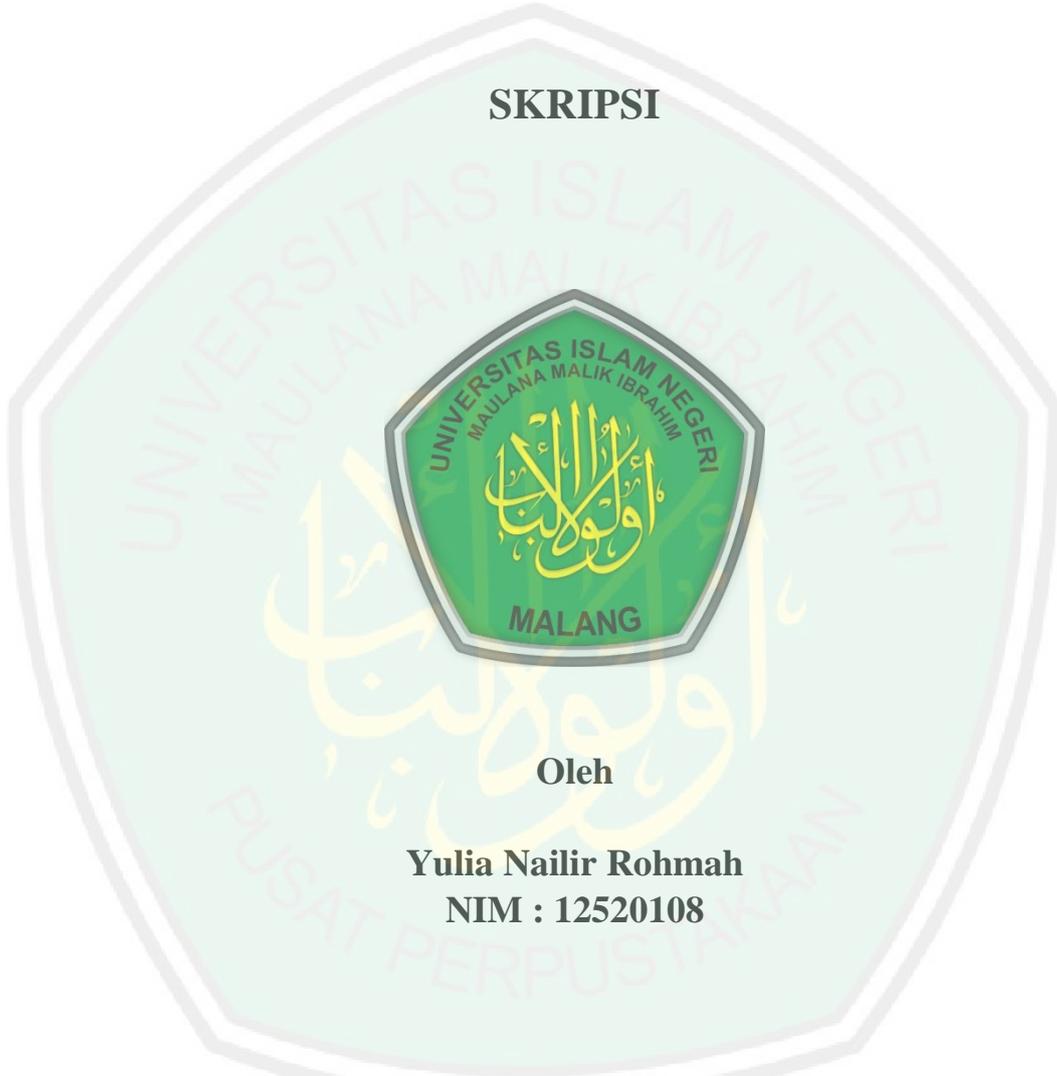


**PENERAPAN METODE *TARGET COSTING* DALAM
PENETAPAN HARGA JUAL UNTUK MENGOPTIMALKAN
LABA PERUSAHAAN**

(Studi Kasus pada UKM Agronas *Gizi Food* Kota Batu Malang)

SKRIPSI



Oleh

Yulia Nailir Rohmah

NIM : 12520108

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2016**

**PENERAPAN METODE *TARGET COSTING* DALAM UPAYA
PENETAPAN HARGA JUAL UNTUK MENGOPTIMALKAN
LABA PERUSAHAAN**

(Studi Kasus pada UKM Agronas Gizi Food Kota Batu Malang)

SKRIPSI

Diajukan Kepada :

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

YULIA NAILIR ROHMAH

NIM :12520108

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

2016

LEMBARPERSETUJUAN

**PENERAPAN METODE *TARGET COSTING* DALAM UPAYA
PENETAPAN HARGA JUAL UNTUK MENGOPTIMALKAN
LABA PERUSAHAAN
(Studi Kasus pada UKM Agronas Gizi Food Kota Batu Malang)**

SKRIPSI

Oleh

**Yulia Nailir Rohmah
NIM : 12520108**

Telah disetujui 15 Juni 2016
Dosen pembimbing,



**Ulf Kartika Oktaviana, SE., M.Ec., Ak., CA
NIP 19761019 200801 2 011**

Mengetahui :
Ketua Jurusan,



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

LEMBAR PENGESAHAN

**PENERAPAN METODE *TARGET COSTING* DALAM UPAYA
PENETAPAN HARGA JUAL UNTUK MENGOPTIMALKAN LABA
PERUSAHAAN
(Studi Kasus pada UKM Agronas Gizi Food Kota Batu Malang)**

SKRIPSI

Oleh
YULIA NAILIR ROHMAH
NIM :12520108

Telah Dipertahankan di Dewan Penguji dan Dinyatakan Diterima
Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Tanggal 27 Juni 2016

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

- | | |
|---|---|
| 1. Ketua Penguji <u>Dr. H. Ahmad Djalaluddin.Lc.MA</u> NIP. 19730719 200501 1 003 | :() |
| 2. Dosen Pembimbing/Sekretaris <u>Ulfi Kartika Oktaviana, SE., M.Ec.,Ak.,CA</u> NIP. 19761019 200801 2 011 | :() |
| 3. Penguji Utama <u>Nina Dwi Setyaningsih, SE., MSA</u> | :() |

Disahkan Oleh :
Ketua Jurusan,



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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yulia Nailir Rohmah
NIM : 12520108
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:
PENERAPAN METODE *TARGET COSTING* DALAM PENETAPAN HARGA JUAL UNTUK MENGOPTIMALKAN LABA PERUSAHAAN
(Studi Kasus pada UKM Agronas *Gizi Food* Kota Batu Malang)

adalah hasil karya sendiri, bukan “duplikasi” dari orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab sendiri.

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

Malang, 15 Juni 2016

Hormat Saya,



METERAI
TEMPEL
NO. 10FADF617680066
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Yulia Nailir Rohmah

NIM: 12520108

PERSEMBAHAN

Dengan ini penulis persembahkan kepada semua pihak yang telah mendukung dan memotivasi penulis sehingga tugas akhir skripsi ini dapat selesai tepat waktu dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Oleh karena itu, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Orang Tua dan Keluarga

Skripsi ini dengan bangga penulis persembahkan kepada orang tua dan seluruh keluarga. Karena tanpa adanya dukungan baik moril maupun materil dari orang tua dan keluarga skripsi ini tidak bisa terselesaikan dengan baik.

2. Ibu ULFI KARTIKA OKTAVIANA, SE., M.Ec., Ak., CA

Atas dukungan dan bimbingan dari beliau, penulis mengucapkan terima kasih banyak. Karena dukungan dan bimbingan beliau sangat diperlukan penulis dalam penulisan skripsi ini.

3. Teman-Teman serta sahabat-sahabat sekalian

Tidak terlupa penulis persembahkan skripsi ini kepada teman-teman baik teman yang tinggal bersama selama masa perkuliahan maupun teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat terus menerus kepada penulis. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan harapan semua.

MOTTO

“ Kesuksesan tidak akan datang sendirinya. Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha, karena Allah tidak akan merubah nasib seseorang jika dia tidak mau usaha “

“Keluarga adalah alasan kamu bekerja keras. Jadi, janganlah kamu menelantarkan mereka akibat kerja kerasmu “



KATA PENGANTAR

Segala puji kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “PENERAPAN METODE *TARGET COSTING* DALAM UPAYA PENETAPAN HARGA JUAL UNTUK MENGOPTIMALKAN LABA PERUSAHAAN (Studi Kasus pada UKM Agronas Gizi Food Kota Batu Malang)”.

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

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujia Raharjo selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Salim Al-Idrus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak, CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ulfi Kartika Oktaviana, SE., M.Ec., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing pada skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ayah, Ibu, dan Kakak serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a.
7. Pemilik beserta Seluruh karyawan UKM Agronas Gizi Food yang turut membantu dalam penelitian ini.

8. Seluruh teman seperjuangan deni, asas, mujahid, evi, ana, annisa, margaretta, rohim, fikri, icha, fadiana, leli, latifah, rifa, fira yang memberikan semangat dan dukungannya dalam perkuliahan maupun kegiatan organisasi.
9. Seluruh teman mahad nita, teteh, mbak difa, uus, diana dan anis. Tak lupa teman pondok dan kos indra, siju, novi, anis, ani dan afi yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam bentuk apapun.
10. Seluruh teman angkatan Akuntansi 2012 yang telah memberikan senyum, canda dan tawa selama ini.
11. Dan seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu jalannya penelitian ini yang tidak bisa disebut semuanya.

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

Malang, 15 Juni 2016

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL DEPAN | |
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | v |
| HALAMAN MOTTO..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| ABSTRAK..... | xiv |
| BAB I: PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian..... | 6 |
| BAB II: TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2. Kajian Teoritis | |
| 2.2.1 Pengertian Biaya | 15 |
| 2.2.2 Klasifikasi Biaya | 17 |
| 2.2.2.1 Menurut Obyek Pengeluaran..... | 17 |
| 2.2.2.2 Menurut Hubungan dengan Sesuatu yang dibiayai | 18 |
| 2.2.2.3 Menurut Perilakunya dengan Perubahan Volume | 20 |
| 2.2.2.4 Menurut Dasar Jangka Waktu Manfaat | 21 |
| 2.2.2.5 Menurut Hubungan dengan Perencanaan, Pengendalian, Dan Pembuatan Keputusan | 22 |
| 2.2.2.6 Menurut Fungsi Produksi Pokok dalam Usaha | 24 |
| 2.2.3 Biaya Produksi | 27 |
| 2.2.3.1 Biaya Bahan Baku | 27 |
| 2.2.3.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung | 27 |
| 2.2.3.3 Biaya Overhead Pabrik | 27 |
| 2.2.4 Harga | 28 |
| 2.2.4.1 Pengertian Harga | 28 |
| 2.2.4.2 Tujuan Penetapan Harga | 29 |
| 2.2.4.3 Pengertian Harga Jual | 31 |
| 2.2.4.4 Tujuan Penetapan Harga Jual | 32 |
| 2.2.4.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual | 33 |

| | | |
|--|---|------------|
| 2.2.5 | Konsep Laba..... | 39 |
| 2.2.5.1 | Pengertian Laba..... | 39 |
| 2.2.5.2 | Macam-Macam Laba..... | 39 |
| 2.2.5.3 | Keunggulan Laba | 40 |
| 2.2.5.4 | Kelemahan Laba | 41 |
| 2.2.5.5 | Lab a Optimal | 42 |
| 2.2.6 | Target Costing..... | 43 |
| 2.2.6.1 | Pengertian Target Costing | 43 |
| 2.2.6.2 | Tahap-Tahap Pelaksanaan..... | 44 |
| 2.2.6.3 | Penetapan Harga dalam Target Costing | 46 |
| 2.2.6.4 | Kendala Menerapkan Target Costing | 49 |
| 2.2.6.5 | Penentuan Biaya Target untuk Penetapan Harga Target | 50 |
| 2.2.7 | Perspektif Islam | 51 |
| 2.2.8 | Kerangka Berpikir..... | 54 |
| BAB III: METODOLOGI PENELITIAN | | |
| 3.1. | Jenis dan Pendekatan Penelitian..... | 56 |
| 3.2. | Lokasi Penelitian..... | 56 |
| 3.3. | Subjek Penelitian..... | 57 |
| 3.4. | Data dan Jenis Data..... | 58 |
| 3.5. | Teknik Pengumpulan Data..... | 59 |
| 3.6. | Analisis Data | 60 |
| BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | |
| 4.1 | Hasil Penelitian | |
| 4.1.1 | Sejarah Singkat UKM Agronas Gizi Food | 63 |
| 4.2 | Pembahasan | 78 |
| 4.2.1 | Reduksi Data di UKM Agronas <i>Gizi Food</i> | 78 |
| 4.2.2 | Menentukan <i>Allowable Cost</i> | 105 |
| 4.2.3 | Menentukan <i>Drifting Cost</i> | 109 |
| 4.2.4 | Menentukan <i>Value Engineering</i> | 110 |
| 4.2.5 | Hasil Analisa | 121 |
| 4.2.6 | Perspektif Islam | 121 |
| BAB V: KESIMPULAN | | |
| 5.1 | Kesimpulan | 124 |
| 5.2 | Saran | 126 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 127 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 11 |
| Tabel 4.1 Tingkat Produksi Keripik Kentang | 78 |
| Tabel 4.2 Hasil Produksi Keripik Kentang | 80 |
| Tabel 4.3 Harga Beli Bahan Baku Kentang | 82 |
| Tabel 4.4 Biaya Tenaga Kerja Langsung | 86 |
| Tabel 4.5 Biaya Bahan Penolong | 88 |
| Tabel 4.5 Biaya Gas LPG dan Minyak Goreng | 93 |
| Tabel 4.6 Kalkulasi Biaya | 98 |
| Tabel 4.7 Laporan Laba Rugi..... | 104 |
| Tabel 4.8 Harga Jual Keripik Kentang Kompetitor | 106 |
| Tabel 4.9 Ringkasan Total Biaya | 110 |
| Tabel 4.10 <i>Target Costing</i> atas Biaya Bahan Baku | 111 |
| Tabel 4.11 <i>Target Costing</i> atas Biaya Bahan Penolong | 113 |
| Tabel 4.12 <i>Target Costing</i> atas Biaya Lpg dan Minyak Goreng | 115 |
| Tabel 4.13 <i>Target Costing</i> atas Biaya Produksi | 118 |
| Tabel 4.14 Laporan Laba Rugi | 120 |



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data Hasil Panen Kentang 1

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Target Costing Model | 46 |
| Gambar 2.2 Skema Target Costing | 47 |
| Gambar 2.3 Kerangka Berpikir | 55 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi | 67 |



DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan Wawancara

Biodata Peneliti

Bukti Konsultasi



ABSTRAK

Yulia Nailir Rohmah. 2016, SKRIPSI. Judul: “ Penerapan Metode *Target Costing* dalam Penetapan Harga Jual untuk Mengoptimalkan Laba Perusahaan (Studi Kasus pada UKM Agronas Gizi Food Kota Batu Malang)”.

Pembimbing : Ulfi Kartika Oktaviana, SE., M.Ec., Ak.CA

Kata Kunci : *Target Costing*, Harga Jual, Biaya Produksi dan Laba Perusahaan

Banyak UKM atau perusahaan yang mengolah kentang menjadi produk makanan salah satunya keripik kentang. Banyaknya UKM yang memproduksi keripik kentang, membuat tingginya persaingan yang sangat ketat antar UKM. Apalagi ditambah banyaknya UKM yang memproduksi produk makanan yang sejenis. Sehingga membuat masing-masing UKM berusaha agar produk yang dibuat dapat bersaing dipasaran. Salah satu caranya meminimalkan biaya produksi yang dikeluarkan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode *target costing*. *Target costing* adalah suatu metode yang digunakan untuk menentukan harga jual baru, meminimalisir biaya produksi dan untuk meningkatkan laba perusahaan

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif. Dimana peneliti melakukan penelitian langsung ke lapangan untuk memperoleh data dengan cara observasi dan wawancara yang kemudian dikombinasikan dengan literatur yang berhubungan dengan penelitian. Setelah data diperoleh kemudian diolah dan dapat diambil kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa metode *target costing* dapat diterapkan di UKM Agronas *Gizi Food* dengan menghasilkan harga jual baru yakni Rp 138.000 per Kg dan dapat meminimalisir biaya sebesar 5,97% serta dapat meningkatkan labanya sebesar 27,46% tanpa mengurangi kualitas dari produk tersebut.

ABSTRACT

Yulia Nailir Rohmah. 2016, THESIS. Title: "Application of the method of Target Costing on Pricing to Optimizing Profit Company (Case Study on SMEs Agronas Nutrition Food Batu Malang)".

Supervisor: Ulfi Kartika Oktaviana, SE., M.Ec., Ak.CA

Keywords: Target Costing, Price, Production Costs and Profit Company

Many Small and Medium Enterprises (SMEs) or companies that process potatoes into food products one of them is potato chips. As the increasing number of SMEs producing potato chips, making the high intense competition among SMEs. Moreover, the number of SMEs that produce the similar food products are increasing, make each SME tries to produce some products that can be competitive in the market. One of the many ways is minimizing the production cost. Therefore, this study used a method of target costing. Target costing is a method used to determine the new price, minimize production costs and increase the company profit.

This study used a descriptive qualitative analysis. Where researchers conducted direct field research to collect data through observation and interviews, combined with literature related to the research. Once the data is taken, it is then processed and concluded.

The results indicate that target costing method can be applied in SME Agronas Food Nutrition by generating new sales price of Rp 138,000 per kg and can minimize the cost of 5.97% and can increase its profit by 27.46% without reducing the quality of the product.

المخلص

يوليا نيل الرحمة. 2016، البحث الجامعي. العنوان: "تطبيق طريقة التكاليف المستهدفة في تطبيع سعر البيع لإمثال ربح الشركة (دراسة حالة في الشركات الصغيرة والمتوسطة على التغذية الغذاء أغروناس مدينة باتو مالانج)".

المشرف: ألفتي كارتيا أوكتاينا ماجيستر.

كلمات البحث: التكاليف المستهدفة، سعر البيع، تكلفة الإنتاج و ربح الشركة

كثيرا من الشركات الصغيرة والمتوسطة أو الشركات التي تعالج البطاطا في المنتجات الغذائية واحد منها رقائق البطاطس. عدد الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تنتج رقائق البطاطس، يجعل منافسة عالية ضيقة جدا بين الشركات الصغيرة والمتوسطة. و بالإضافة إلى عدد من الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تنتج المنتجات الغذائية مماثلة. فيجعل كل الشركات الصغيرة والمتوسطة في محاولة لجعل المنتجات المجروءة يمكن أن تتنافس في السوق. أحد الطرائق لتقليل تكاليف الإنتاج التي قد أخرجت. لذلك، يستخدم هذا البحث طريقة التكاليف المستهدفة. التكاليف المستهدفة هي طريقة تستخدم لتحديد سعر البيع الجديد، تقليل تكاليف الإنتاج وزيادة أرباح الشركة.

يستخدم هذا البحث تحليل نوعي وصفي. حيث يدرس الباحث مباشرة إلى الميدان لجمع البيانات عن طريق الملاحظة والمقابلات، ثم تكون مجتمعة مع الأدب التي تتعلق بالبحوث. بعد أن يتم الحصول على البيانات ثم بمعالجتها ويمكن الاستنتاج.

ونشير هذه النتائج إلى أن طريقة التكاليف المستهدفة يمكن تطبيقها في الشركات الصغيرة والمتوسطة أغروناس التغذية الغذاء بتوليد سعر البيع الجديد من 138 000 روبية كل كيلوغرام ويمكن تقليل التكاليف من خلال 5.97٪، ويمكن أن تزيد أرباحها 27.46٪ دون التقليل من جودة المنتج.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai salah satu negara berkembang yang berbasis sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama bagi mayoritas penduduknya. Pertanian merupakan sektor yang sangat penting dalam perekonomian nasional yang memiliki potensi sumber daya yang melimpah dan seharusnya dapat dijadikan modal dasar untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat. Oleh sebab itu, sudah selayaknya hasil pertanian menjadi salah satu prioritas utama dalam perekonomian nasional (Epsilani, 2010).

Perekonomian nasional bersumber dari penerimaan pajak, SDA (Sumber Daya Alam) dan lain-lan. Dalam hal ini SDA (Sumber Daya Alam) yang dibahas adalah sumber daya alam pangan yang berasal dari hasil pertanian (Maryono, 2012).

Tanaman hortikultura sebagai salah satu hasil pertanian mempunyai peluang pasar yang baik dalam negeri maupun luar negeri dengan nilai ekonominya yang tinggi (Taulu, 2011). Salah satu tanaman hortikultura yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi adalah kentang. Perkembangan hasil panen dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini didukung dengan perkembangan hasil panen kentang, sebagaimana grafik dibawah ini:

Grafik 1.1
Data Hasil Panen Kentang Tahun 2010-2014



Sumber: Statistika Hasil Pertanian (Kentang), Departemen Pertanian

Berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistik), selama periode tahun 2010 hingga 2014 terlihat data menunjukkan total rata-rata hasil panen kentang di Indonesia sebesar 1.004.041 ton. Selama periode tahun tersebut, total hasil panen kentang tertinggi di Indonesia dicapai pada tahun 2014 sebesar 1.072.040 ton dan hasil panen terendah pada tahun 2010 dengan nominal produksi 893.824 ton. Hasil panen di Indonesia tersebar di beberapa provinsi seperti Aceh, Sumatra Utara, Sumatra Barat, Jambi, Jawa, Sulawesi Utara, maupun Sulawesi Barat. Di beberapa provinsi tersebut kentang tumbuh subur pada dataran tinggi dengan minimal ketinggian 1000 dpl (www.bps.go.id).

Pulau Jawa merupakan pulau yang memiliki dataran tinggi lebih banyak dibanding dengan pulau yang lain. Oleh sebab itu tidak heran jika hasil panen

kentang di Pulau Jawa lebih banyak daripada di Pulau lain. Jawa Timur khususnya Malang merupakan salah satu kota dengan hasil panen kentang yang banyak (Taulu, 2011). Kentang dapat diproduksi dengan banyak macam varians salah satunya keripik kentang (Andriyanto, 2013). Produk keripik kentang merupakan salah satu produk unggulan di kota batu, Malang.

Salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang memproduksi keripik kentang adalah UKM Agronas *Gizi Food* di desa sidomulyo kecamatan bumiaji kota batu Malang. UKM ini sudah berdiri sejak tahun 1992, kini sudah berkembang pesat dengan memperoleh laba sekitar Rp. 250.000.000 pertahun dan dengan total produksi kisaran 47.450 ton pertahun. Seperti kebanyakan usaha kecil menengah yang lain, UKM Agronas *Gizi Food* masih menggunakan metode biaya tradisional dalam menghitung biaya produksi yang dikeluarkan oleh usaha tersebut. Sistem biaya tradisional menggunakan unit volume *related cost driver* seperti jam kerja langsung, jam mesin, dan biaya bahan baku sesuai dengan volume produksi (Mulyadi, 2005: 38)

Produsen keripik kentang selama ini menghadapi kendala bahan baku yang tidak stabil. Hal ini yang menuntut manajemen untuk menentukan suatu tindakan dengan memilih berbagai alternatif dan kebijaksanaan dalam mengambil keputusan yang sebaik-baiknya agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Salah satu tujuan perusahaan yang paling utama adalah optimalisasi laba. Perusahaan yang ingin berkembang harus mampu menghasilkan produksi yang tinggi dengan kualitas yang baik. Tidak hanya itu, agar dapat bersaing dalam pasar saat ini, perusahaan harus dapat menciptakan suatu produk baik

barang maupun jasa yang harganya lebih rendah atau harganya sama dengan harga yang ditawarkan para pesaingnya (Hansen dan Mowen, 2001a:573) .

Upaya untuk menciptakan produk yang dapat bersaing diperlukan perencanaan yang efektif, didasarkan pada analisis atas fakta dan membutuhkan cara berfikir yang reflektif, imajinatif dan visi ke depan. Salah satu perencanaan yang biasa dilakukan oleh manajemen adalah penentuan harga jual produk atau jasa. Harga jual produk atau jasa, selain mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli produk atau jasa tersebut, juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan. Kebijakan penetapan harga manajemen sebaiknya memastikan pemulihan (*recovery*) dalam jangka panjang atas semua biaya dan laba, bahkan dalam kondisi sulit sekalipun (Carter, 2009: 14).

Menurut Witjaksono (2013 : 157) *target costing* merupakan suatu sistem dimana penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan (*target*) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan. *Target costing* mempertimbangkan seluruh biaya produk atau jasa dalam siklus hidup produk dan bertujuan untuk menurunkan biaya total sebuah produk atau jasa. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan menerapkan *target costing* yakni untuk menurunkan total biaya dari total biaya sebelumnya sehingga perusahaan pun bisa mendapatkan laba yang maksimal tanpa harus menaikkan harga jualnya (Luvina, 2011). Perbandingan antara biaya sesungguhnya dengan biaya standar

yang dapat dicapai sekarang akan memberikan ukuran seberapa besar pencapaian diterapkannya *target costing* tersebut (Mulyadi, 2005: 36).

Banyak penelitian-penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *target costing* dapat dijadikan sebagai acuan bagi manajemen untuk melakukan efisiensi terhadap biaya produksi. Penelitian yang dilakukan oleh Yulia Ningsih (2009), memperoleh kesimpulan bahwa *target costing* dapat diterapkan dan dapat mengurangi biaya bahan baku serta biaya tenaga kerja. F. Agung Himawan (2009) , menyatakan bahwa “ *target costing* dapat diterapkan pada produk *bandwidth dedicated* (koneksi internet) dan juga dapat mengoptimalkan laba. Penelitian lain menyebutkan metode *target costing* perusahaan konveksi dapat melakukan penghematan dan menekan biaya Eka Citra Anugerah (2010). Arwina Novieanti Alimuddin (2011) menyatakan bahwa penerapan *target costing* pada pabrik semen juga dapat digunakan sebagai alternatif yang baik untuk memaksimalkan laba yang ditargetkan dengan cara menekan biaya-biaya produksi yang terjadi selama proses produksi. Begitu yang telah disampaikan oleh Lucky Luvina (2011) pada pabrik pembuatan tikar tenun, Heri Supriadi (2013) pada perusahaan lem kayu, Cyntia Stella (2013) pada pabrik pembuatan lampu.

Dengan belum adanya penelitian yang menerapkan metode *target costing* pada UKM dalam bidang makanan dengan variabel yakni *allowable cost, drifting cost and value engineering*, maka peneliti ingin meneliti dengan judul “ **Penerapan Metode *Target Costing* dalam Penetapan Harga Jual**

untuk Mengoptimalkan Laba Perusahaan (Studi Kasus pada UKM *Gizi Food Kota Batu Malang*)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, berikut ini disajikan rumusan masalah adalah “ Bagaimana penerapan metode *target costing* dalam Penetapan Harga Jual untuk mengoptimalkan laba pada UKM *Gizi Food Kota Batu Malang*? “

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai adalah “Untuk mengetahui penerapan *target costing* dalam upaya penetapan harga jual untuk mengoptimalkan laba pada UKM Agronas *Gizi Food Kota Batu Malang*”.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh, diharapkan berguna untuk hal-hal sebagai berikut:

a. Bagi Instansi (Perusahaan)

Sebagai alternatif dan sumbangan pemikiran bagi pihak perusahaan khususnya UKM *Gizi Food* dalam menerapkan *target costing* untuk menentukan harga jual yang disesuaikan dengan pengeluaran biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses produksi.

b. Bagi Pembaca

Sebagai bahan masukan untuk menambah karya tulis yang dapat dijadikan literatur dalam penelitian selanjutnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

c. Bagi Penulis (Peneliti)

Sebagai wadah untuk mengaplikasi yang diperoleh selama perkuliahan dan sebagai sebagai hasil akhir dari penempuhan strata satu jurusan Akuntansi.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian yang berhubungan dengan penerapan *target costing* telah banyak dilakukan oleh peneliti di Indonesia. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Yulia Ningsih (2009) dengan judul “Penerapan *Target costing* dalam pengendalian biaya produksi pada PT Citra Prima Selaras” memperoleh kesimpulan bahwa *target costing* pada PT Citra Prima Selaras dapat diterapkan dan dapat mengurangi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja.

Penelitian yang dilakukan oleh Himawan F. Agung (2009), dengan judul “Analisis Penerapan *Target costing* dalam Penetapan Harga *Bandwidth Dedicated* untuk Mengoptimalkan Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada PT. Generasi Indonesia Digital)”. Hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa : metode *target costing* dapat diterapkan pada produk *bandwidth dedicated* dan juga dapat mengoptimalkan perencanaan laba. Hal ini dapat dilihat dari perbedaan nilai *drifting cost* yaitu Rp. 2.035.711.899,-, dan *target costing* yaitu Rp. 1.893.770.589,-, ada selisih diantara keduanya yang artinya perusahaan masih dapat melakukan efisiensi biaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Citra Anugerah (2010), dengan judul “Penerapan *Target costing* pada Perusahaan Konveksi YUAN F *Collection* Yogyakarta”. Hasil penelitian tersebut adalah penerapan metode

target costing perusahaan dapat menekan biaya produksi hingga Rp 37.600,00. Berdasarkan penerapan metode *target costing* perusahaan dapat menjual produk seragam futsal dengan harga sebesar Rp 45.400,00 per unit dengan memasukkan perhitungan *mark up* serta biaya pengiriman barang dibebankan pada konsumen sesuai dengan kuantitas dan jarak pengiriman.

Berikutnya, penelitian yang dilakukan oleh Wirohwati (2012) dengan berjudul “Pengendalian Biaya Operasional Guna Meningkatkan Biaya Usaha pada Koperasi Agro Niaga (KAN) Jabung Malang”, yang menghasilkan kesimpulan laba yang diperoleh pada setiap periode lebih besar dari jumlah yang dianggarkan. Biaya Operasional yang terealisasi lebih kecil dari jumlah yang dianggarkan. Kebijakan penetapan anggaran biaya operasional dan laba berdasarkan pada realisasi periode yang lalu dan kebijakan pemerintah.

Penelitian selanjutnya dikemukakan oleh Arwina Novieanti Alimuddin (2012), mengenai analisis pendekatan *target costing* sebagai alat penilaian efisiensi produksi semen pada PT. Semen Tonasa di Kabupaten Pangkep. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa penerapan *target costing* pada PT. Semen Tonasa lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini, dimana dengan penerapan *target costing* maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya. Hal ini dapat dilihat bahwa untuk tahun 2008 sebesar Rp.285.983.313.802, tahun 2009 terjadi penghematan sebesar Rp. 300.054.591.595, dan pada tahun 2010 sebesar Rp.350.328.972.065,-.

Selanjutnya, Penelitian yang dilakukan oleh Cynthia Stella Louise Countrier (2013), dengan judul “Analisis Penerapan *Direct Costing* Sebagai Alat untuk Menghitung harga Pokok Produksi pada PT. Sinar Bintang Selatan di Makassar”. Dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan Penerapan *direct costing* khususnya pada PT.Sinar Bintang Selatan di Makassar dapat dikatakan berperan sebagai alat untuk menghitung harga pokok produksi. Hal ini dapat dilihat perbandingan laba menurut perusahaan dengan *direct costing*, maka akan dapat menambah laba yaitu sebesar Rp. 18.235.628,-



Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti (Tahun) | Judul | Variabel | Metode atau Analisa Data | Hasil Penelitian |
|----|-------------------------|--|--|---|--|
| 1. | Yulia Ningsih (2007) | Penerapan <i>Target costing</i> dalam pengendalian biaya produksi PT Citra Prima Selaras | <i>Independent Variable:</i> <i>Target costing</i> , <i>Dependent Variable:</i> efisiensi biaya produksi | Metode Pengumpulan Data: Dokumentasi Observasi Alat Analisis Data: Kuantitatif | Dari hasil penelitian yang didapat dapat disimpulkan bahwa <i>target costing</i> pada PT Citra Prima Selaras dapat diterapkan dan dapat mengurangi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja |
| 2. | Himawan F. Agung (2009) | Analisis Penerapan <i>Target costing</i> Dalam Penetapan Harga Bandwidth Dedicated Untuk Mengoptimalkan Perencanaan Laba (Studi Kasus Pada PT. Generasi Indonesia Digital) | <i>Independent Variable:</i> <i>Target costing</i> , <i>Dependent Variable:</i> harga Bandwidth Dedicated, perencanaan laba | Metode Pengumpulan Data: Dokumentasi Alat Analisis Data: Kuantitatif | Metode <i>target costing</i> dapat diterapkan pada produk bandwidth dedicated dan juga dapat mengoptimalkan perencanaan laba. Hal ini dapat dilihat dari perbedaan nilai drifting cost yaitu Rp. 2.035.711.899,-, dan <i>target costing</i> yaitu Rp. 1.893.770.589,-, ada selisih diantara keduanya yang artinya perusahaan masih dapat melakukan |

| | | | | | |
|----|---------------------------------|--|---|---|---|
| | | | | | efisiensi biaya. |
| 3. | Eka Citra Anugerah (2010) | Penerapan <i>Target costing</i> Pada Perusahaan Konveksi YUAN F Collection Yogyakarta | <i>Independent Variable:</i> <i>Target costing,</i> <i>Dependent Variable:</i> biaya produksi | Metode Pengumpulan Data: Dokumentasi Alat Analisis Data: Kuantitatif | Dengan menerapkan metode <i>target costing</i> perusahaan dapat melakukan penghematan dan menekan biaya produksi hingga Rp. 37.600,- per unit. |
| 4. | Wiroh wati (2012) | Pengendalian Biaya Operasional Guna Meningkatkan Biaya Usaha pada Koperasi Agro Niaga (KAN) Jabung Malang | Biaya Operasional | Metode Pengumpulan Data: Dokumentasi Observasi Wawancara Analisis Data: Kuantitatif Kualitatif | Laba yang diperoleh pada setiap periode lebih besar dari jumlah yang dianggarkan. Biaya Operasional yang terealisasi lebih kecil dari jumlah yang dianggarkan. Kebijakan penetapan anggaran biaya operasional dan laba berdasarkan pada: Realisasi periode yang lalu dan kebijakan pemerintah |
| 5. | Arwina Novieanti | Analisis Pendekatan <i>Target costing</i> | <i>Independent Variable:</i> <i>Target costing,</i> | Metode Pengumpulan Data: | Berdasarkan hasil analisis mengenai penerapan <i>target</i> |

| | | | | | |
|----|--|--|--|--|---|
| | Alimuddin (2012) | Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Semen Pada PT. Tonasa Di Kabupaten Pangkep | <i>Dependent Variable:</i> efisiensi biaya produksi | Dokumentasi Observasi Wawancara Alat Analisis Data: Kuantitatif Kualitatif | <i>costing</i> menunjukkan bahwa pelaksanaan <i>target costing</i> pada PT. Semen Tonasa jauh lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan perusahaan selama ini, dimana dengan penerapan <i>target costing</i> maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya. |
| 6. | Cynthia Stella Louise Countryer (2013) | Analisis Penerapan <i>Direct Costing</i> Sebagai Alat untuk Menghitung harga Pokok Produksi pada PT. Sinar Bintang Selatan di Makassar | Harga Pokok Produksi Titik Impas Biaya Volume Biaya | Metode <i>Direct Costing</i> | Penerapan <i>direct costing</i> khususnya pada PT.Sinar Bintang Selatan di Makassar dapat dikatakan berperan sebagai alat untuk menghitung harga pokok produksi. Hal ini dapat dilihat perbandingan laba menurut perusahaan dengan <i>direct costing</i> , maka akan dapat menambah laba yaitu sebesar Rp. 18.235.628,- |

Dalam hal ini, terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti yaitu sama-sama menerapkan *target costing*. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian terdahulu yakni terletak pada obyek yakni pada bidang industri makanan dan variabelnya (*allowable cost*, *drifting cost* dan *value engineering*).



2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Pengertian Biaya

Dalam usaha mengelola perusahaan, diperlukan informasi biaya yang sistematis dan komparatif serta data analisis biaya dan laba. Informasi ini membantu manajemen untuk menetapkan sasaran laba perusahaan, menetapkan target departemen yang menjadi pedoman manajemen menengah dan operasi menuju pencapaian sasaran akhir, mengevaluasi keefektifan rencana, mengungkapkan keberhasilan atau kegagalan dalam bentuk tanggung jawab yang spesifik dan menganalisis serta memutuskan pengadaaan penyesuaian dan perbaikan agar seluruh organisasi tetap bergerak maju secara seimbang menuju tujuan yang telah ditetapkan. Sistem informasi yang benar sangat diperlukan oleh setiap manajer yang bertanggung jawab (Stella, 2013).

Pengertian biaya dalam akuntansi biaya mempunyai banyak pengertian. Hansen & Mowen (2003:34-35) menyatakan bahwa: “Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan membawa keuntungan masa ini dan masa datang untuk organisasi”. Biaya dikeluarkan untuk menghasilkan manfaat di masa depan. Dalam perusahaan penghasil laba, manfaat di masa depan biasanya berarti pendapatan. Karena biaya digunakan dalam memperoleh pendapatan, biaya ini dimaksudkan untuk biaya yang digunakan disebut beban.

Pengertian biaya dikemukakan oleh Sunarto (2004:2) bahwa biaya adalah harga pokok atau bagiannya yang telah dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memperoleh pendapatan. Sedangkan Muqodim (2005:142) mengatakan bahwa : “biaya adalah aliran keluar atau penggunaan aktiva, atau terjadinya utang (atau kombinasi di antara keduanya) dari penyerahan atau produksi barang, penyerahan jasa atau pelaksanaan kegiatan utama suatu perusahaan”.

Mursyidi (2010:14), mengemukakan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang. Firdaus dan Wasilah (2012:22) menyatakan bahwa biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi.

Prawironegoro dan Purwanti (2009:19) menyatakan bahwa :

“biaya adalah kas dan setara kas yang dikorbankan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat atau keuntungan dimasa mendatang.” Biaya merupakan kas atau nilai setara dengan kas yang dikorbankan untuk barang dan jasa yang diharapkan dapat memberikan manfaat pada saat ini atau masa mendatang bagi organisasi, disebut setara dengan kas karena sumber daya non kas dapat ditukarkan dengan barang atau jasa yang dikehendaki.

Pengertian biaya menurut Mulyadi (2012:8) dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Istilah biaya dalam akuntansi juga didefinisikan sebagai pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa, pengorbanan mungkin diukur dalam kas, aktiva yang ditransfer, jasa yang diberikan dal lain-lain, hal ini diperkuat oleh pendapat Witjaksono (2013:6) bahwa : “Biaya adalah suatu pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu”.

Berdasarkan beberapapengertian yang dikemukakan para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu dan untuk memperoleh manfaat di masa kini atau masa yang akan datang.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tsb, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep " *different costs for different purpose*" (Mulyadi, 2012:13).

2.2.2.1 Penggolongan Biaya Menurut Obyek Pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama obyek pengeluaran merupakan dasar penggolongan penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut "biaya bahan bakar". Contoh penggolongan biaya atas dasar obyek penegeluaran dalam perusahaan kertas adalah sebagai berikut: biaya merang, biaya jerami,

biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, dan biaya zat warna (Mulyadi, 2012:13).

2.2.2.2 Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang dibiayai

Mulyadi (2012:14) menyatakan bahwa, sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

- a.** Biaya langsung (*direct cost*), adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tsb tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.
- b.** Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya langsung departemen (*direct department cost*) adalah semua biaya yang terjadi di dalam departemen tertentu. Contohnya adalah biaya tenaga yang bekerja dalam Departemen pemeliharaan merupakan biaya langsung departemen bagi Departemen Pemeliharaan dan biaya depresiasi mesin yang dipakai dalam departemen tsb merupakan biaya langsung bagi departemen tsb.
- c.** Biaya tidak langsung (*indirect cost*), adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak

langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik. Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu. Gaji mandor yang mengawasi pembuatan produk A, B, dan C merupakan biaya tidak langsung bagi baik produk A, B, maupun C, karena gaji mandor tsb terjadi bukan hanya karena perusahaan memproduksi salah satu produk tsb, melainkan karena memproduksi ketiga jenis produk tsb. Jika perusahaan hanya menghasilkan satu macam produk (misalnya perusahaan semen, pupuk urea, gula) maka semua biaya merupakan biaya langsung dalam hubungannya dengan produk.

- d.* Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk sering disebut dengan istilah biaya overhead pabrik. Dalam hubungannya dengan departemen, biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi di suatu departemen, tetapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen. Contohnya adalah biaya yang terjadi di Departemen Pembangkit Tenaga Listrik. Biaya ini dinikmati oleh departemen-departemen lain dalam perusahaan, baik untuk penerangan maupun untuk menggerakkan mesin dan ekuipmen yang mengkonsumsi listrik. Bagi departemen pemakai listrik, biaya listrik yang diterima dari alokasi biaya departemen pembangkit tenaga listrik merupakan biaya tidak langsung departemen.

2.2.2.3 Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungan dengan Perubahan Volume Kegiatan

Menurut Mulyadi (2012:15), dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat digolongkan menjadi:

- a) Biaya variabel, adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
- b) Biaya semivariable, adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariable mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel. Contoh biaya ini adalah gaji salesman yang dibayar secara tetap dan prosentase tertentu dari hasil penjualan.
- c) Biaya semifixed, adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu. Contoh biaya penelitian, biaya pemeriksaan dan pengawasan produksi.
- d) Biaya tetap, adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi, biaya penyusutan, gaji direksi, walupun perusahaan tidak berproduksi, maka biaya ini akan tetap ditanggung oleh perusahaan. Ciri biaya tetap adalah biaya yang secara total tetap tapi per unitnya berubah-ubah.

2.2.2.4 Penggolongan Biaya atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua: pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan.

- a. Pengeluaran modal (*capital expenditure*), adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai harga pokok aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi, dan didepleksi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran, dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk. Karena pengeluaran untuk keperluan tsb biasanya melibatkan jumlah yang besar dan memilikimasa manfaat lebih dari satu tahun, maka pada saat pengeluaran tsb dilakukan, pengorbanan tsb diperlakukan sebagai pengeluaran modal dan dicatat sebagai harga pokok aktiva (misalnya sebagai harga pokok aktiva tetap atau beban yang ditangguhkan). Periode akuntansi yang menikmati manfaat pengeluaran modal tsb dibebani sebagian pengeluaran modal tsb berupa biaya depresiasi, biaya amortisasi, atau biaya depleksi.
- b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*), adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya

pengeluaran tsb. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tsb. Contoh pengeluaran pendapatan antara lain biaya iklan, biaya telex, dan biaya tenaga kerja (Mulyadi, 2012:16).

2.2.2.5 Penggolongan Biaya Hubungannya dengan Perencanaan, Pengendalian, dan Pembuatan Keputusan.

Harnanto dan Zulkifli (2003) menyatakan, biaya ini dikelompokkan ke dalam golongan, yaitu:

- a. Biaya standar dan Biaya dianggarkan
 - Biaya standar, merupakan biaya yang ditentukan di muka (*predetermine cost*) yang merupakan jumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk menghasilkan satu unit produk.
 - Biaya yang dianggarkan, merupakan perkiraan total pada tingkat produksi yang direncanakan.
- b. Biaya terkendali dan biaya tidak terkendali
 - Biaya terkendali (*controllable cost*), merupakan biaya yang dapat dipengaruhi secara signifikan oleh manajer tertentu.
 - Biaya tidak terkendali (*uncontrollable cost*), merupakan biaya yang tidak secara langsung dikelola oleh otoritas manajer tertentu.
- c. Biaya tetap *committed* dan *discretionary*

- Biaya tetap *committed*, merupakan biaya tetap yang timbul dan jumlah maupun pengeluarannya dipengaruhi oleh pihak ketiga dan tidak bisa dikendalikan oleh manajemen.
 - Biaya tetap *discretionary*, merupakan biaya tetap yang jumlahnya dipengaruhi oleh keputusan manajemen.
- d. Biaya variabel teknis dan biaya kebijakan
- Biaya variabel teknis (*engineered variable cost*), adalah biaya variabel yang sudah diprogramkan atau distandarkan seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
 - Biaya variabel kebijakan (*discretionary variable cost*) adalah biaya variabel yang tingkat variabilitasnya dipengaruhi oleh kebijakan manajemen.
- e. Biaya relevan dan biaya tidak relevan
- Biaya relevan (*relevant cost*), dalam pembuatan keputusan merupakan biaya yang secara langsung dipengaruhi oleh pemilihan alternatif tindakan oleh manajemen.
 - Biaya tidak relevan (*irrelevant cost*), merupakan biaya yang tidak dipengaruhi oleh keputusan manajemen.
- f. Biaya terhindarkan dan Biaya tidak terhindarkan
- Biaya terhindarkan (*avoidable cost*) adalah biaya yang dapat dihindari dengan diambilnya suatu alternatif keputusan.
 - Biaya tidak terhindarkan (*unavoidable cost*) adalah biaya yang tidak dapat dihindari pengeluarannya.

g. Biaya diferensial dan biaya marjinal

- Biaya diferensial (*differential cost*), adalah tambahan total biaya akibat adanya tambahan penjualan sejumlah unit tertentu.
- Biaya marjinal (*marginal cost*), adalah biaya dimana produksi harus sama dengan penghasilan marjinal jika ingin memaksimalkan laba.

h. Biaya kesempatan (*opportunity cost*), merupakan pendapatan atau penghematan biaya yang dikorbankan sebagai akibat dipilihnya alternatif tertentu dari beberapa alternatif yang ada.

2.2.2.6 Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Produksi Pokok dalam Perusahaan

Menurut Mulyadi (2012:13), dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

1. Biaya Produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.
2. Biaya Pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya angkut dari perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran, biaya contoh (*sampel*).

Mulyadi (2005:20) menggolongkan biaya pemasaran menjadi dua golongan, yaitu:

- a. *Order getting cost* (biaya untuk mendapatkan pesanan), yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan. Contohnya: biaya gaji dan wiraniaga, komisi penjualan, advertensi, dan promosi.
- b. *Order filling cost* (biaya untuk memenuhi pesanan), yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam rangka mengusahakan agar produk sampai ke tangan pembeli/konsumen. Contohnya: biaya pergudangan, biaya pengangkutan, dan biaya penagihan.
- c. Biaya Administrasi dan Umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, biaya fotocopy. Jumlah biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum sering disebut biaya komersial / *commercial expenses* (Mulyadi, 2012:14).

2.2.3 Biaya Produksi

Dalam kaitan dengan produksi dan biaya, ada tiga hal penting yang perlu diperhatikan. *Pertama*, kata produksi tidak hanya diartikan memproduksi barang dalam industri, melainkan lebih luas dari itu.

Pengertian produksi mencakup produksi barang maupun memberikan jasa. Dengan begitu, perusahaan dagang juga melakukan proses produksi, yang terdiri dari pembelian, penyimpanan barang dagangan, pengemasan, penjualan, memberikan kredit penjualan, dan sebagainya. *Kedua*, dalam definisi di atas pengertian biaya tidak terbatas pada pengorbanan yang dinyatakan dalam rupiah (Rp), yang perlu dan tidak dapat dihindarkan. Jika membatasinya pada pengertian ini saja, akan menyimpang dari gambaran umum yang berlaku didunia usaha. *Ketiga*, harus membedakan dengan tajam antara biaya dan uang yang dikeluarkan. Berbicara mengenai biaya untuk alat-alat produksi yang dikorbankan dalam proses produksi. Sedangkan pengeluaran uang terjadi saat harga beli dari alat-alat produksi itu dibayarkan, walaupun masih belum dipakai dalam proses produksi. (Sutrisno, 2008: 3).

Menurut Sugiri (2011), biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual sebagai contoh seperti biaya depresiasi mesin dan peralatan, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik yang langsung maupun yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Menurut obyek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*). Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut pula dengan biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja langsung

dan biaya overhead pabrik disebut dengan biaya konversi (*conversion cost*), yang merupakan biaya untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi.

2.2.3.1 Biaya bahan baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan yang menjadi bagian pokok dari produksi selesai. Contoh, perusahaan mebel membuat meja dan kursi bahan bakunya adalah kayu, maka pengeluaran uang untuk membeli kayu tsb akan menjadi biaya bahan baku.

2.2.3.2 Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja yang langsung menangani proses produksi. Misalnya pada perusahaan mebel biaya tukang kayu.

2.2.3.3 Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya yang dikeluarkan bagian produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, seperti biaya bahan penolong, gaji mandor, biaya tenaga kerja tidak langsung lainnya, perlengkapan (supplies) pabrik, penyusutan, listrik dan air, biaya pemeliharaan dan suku cadang, dll biaya di pabrik.

Sedangkan Munawir (2002:326) mengungkapkan bahwa :

“Biaya produksi (*production cost*) adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan pengolahan (*manufacture*) atau mengubah bahan baku menjadi barang yang siap jual atau dikonsumsi, maupun biaya pelaksanaan atau pemberian jasa/pelayanan.”

Kamaruddin (2007:34) mengemukakan bahwa : ” Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang ”. Biaya produksi merupakan biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa. Biaya produksi dapat diklasifikasikan lebih lanjut sebagai biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Sedangkan biaya non produksi adalah biaya yang berkaitan selain fungsi produksi yaitu, pengembangan, distribusi, layanan pelanggan dan administrasi umum.

2.2.4 Harga

2.2.4.1 Pengertian Harga

Harga adalah sejumlah nilai pengganti dalam pertukaran barang atau jasa. Menurut Rismiati dan Suratno (2001:215) dalam Stella (2013) harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapat sejumlah kombinasi dari barang dan pelayanannya. Berdasarkan definisi tersebut, harga atas suatu barang atau jasa tidak saja sejumlah nilai yang tertera pada daftar harga atau labelnya, tetapi juga pada fasilitas atau pelayanan lain yang diberikan penjual kepada pembeli barang tersebut.

Harga merupakan salah satu jenis informasi penting yang diterima pelanggan pada suatu produk tertentu. Penetapan harga juga berhubungan dengan seluruh tujuan jangka pendek dan sasaran jangka panjang sebuah perusahaan (Rudianto, 2006:230) dalam Luvina (2011).

2.2.4.2 Tujuan Penetapan Harga

Penjual barang dalam menetapkan harga dapat mempunyai tujuan yang berbeda satu sama lain antar penjual maupun antar barang yang satu dengan yang lain. Tujuan penetapan harga menurut Harini (2008: 55) dalam Malue (2013) adalah sebagai berikut:

1. Penetapan harga untuk mencapai penghasilan atas investasi. Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya dan untuk mencapainya diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkannya.
2. Penetapan harga untuk kestabilan harga. Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian harga diarahkan terutama untuk mencegah terjadinya perang harga, khususnya bila menghadapi permintaan yang sedang menurun.
3. Penetapan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan bagiannya dalam pasar. Apabila perusahaan mendapatkan bagian pasar dengan luas tertentu, maka ia harus berusaha mempertahankannya atau justru mengembangkannya. Untuk itu kebijaksanaan dalam penetapan harga jangan sampai merugikan usaha mempertahankan atau mengembangkan bagian pasar tersebut.
4. Penetapan harga untuk menghadapi atau mencegah persaingan. Apabila perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar

dengan tujuan mengetahui pada harga berapa ia akan menetapkan penjualan. Ini berarti bahwa ia belum memiliki tujuan dalam menetapkan harga coba-coba tersebut.

5. Penetapan harga untuk memaksimir laba. Tujuan ini biasanya menjadi anutan setiap usaha bisnis. Kelihatannya usaha mencari untung mempunyai konotasi yang kurang enak seolah-olah menindas konsumen. Padahal sesungguhnya hal yang wajar saja. Setiap usaha untuk bertahan hidup memerlukan laba. Memang secara teoritis harga bisa berkembang tanpa batas.

Menurut Machfoedz (2005: 139) dalam Luvina (2011), tujuan penetapan harga meliputi (1). Orientasi laba: mencapai target baru, dan meningkatkan laba; (2) Orientasi penjualan: meningkatkan volume penjualan, dan mempertahankan atau mengembangkan pangsa pasar.”

Kemudian menurut Tjiptono (2002) dalam Anugerah (2010), tujuan penetapan harga adalah

- a. Berorientasi laba yaitu bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang paling tinggi.
- b. Berorientasi pada volume yaitu penetapan harga berorientasi pada volume tertentu.

- c. Berorientasi pada citra (*image*) yaitu bahwa image perusahaan dapat dibentuk melalui harga.
- d. Stabilisasi harga yaitu penetapan harga yang bertujuan untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga perusahaan dengan harga pemimpin pasar (*market leader*).
- e. Tujuan lainnya yaitu menetapkan harga dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah.

2.2.4.3 Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal (Munawir, 2002). Menurut Hansen dan Mowen (2001:633) mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”. Menurut Mulyadi (2012:78) “pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark-up*”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi

suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2.2.4.4 Tujuan Penentuan Harga Jual

Tujuan penentuan harga jual ada bermacam-macam. Tujuan penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan terhadap produk yang dihasilkan adalah sebagai berikut Kotler (1996:356) dalam Runia (2012):

a. Kelangsungan hidup perusahaan.

Perusahaan menetapkan tujuan ini apabila menghadapi kelebihan kapasitas produksi, persaingan yang ketat atau perubahan selera konsumen. Dalam hal ini, bertahan hidup lebih utama daripada menghasilkan keuntungan. Demi kelangsungan hidup perusahaan, disusun strategi dengan menetapkan harga jual yang rendah dengan asumsi pasar akan peka terhadap harga.

b. Peningkatan arus keuntungan.

Perusahaan dapat memaksimalkan laba jangka pendek apabila perusahaan lebih mementingkan prestasi keuangan jangka pendeknya dibandingkan jangka panjang. Perusahaan mempunyai

keuntungan untuk menetapkan harga yang dapat memaksimalkan laba jangka pendek dengan anggapan bahwa terdapat hubungan antara permintaan dan biaya dengan tingkatan harga yang akan menghasilkan laba maksimum yang ingin dicapai.

c. Kepemimpinan kualitas produk.

Dalam hal ini, perusahaan menetapkan harga yang tinggi supaya kualitas produksi tetap terjamin. Ada kemungkinan perusahaan mempunyai keinginan untuk memasarkan produk dengan kualitas tinggi atau ingin menjadi pemimpin dalam kualitas produk di pasarnya. Pada umumnya perusahaan semacam ini menetapkan harga yang tinggi dengan tujuan agar dapat menutup tingginya biaya dalam menghasilkan mutu produk yang tinggi.

d. Meningkatkan penjualan.

Peningkatan penjualan akan mempengaruhi penerimaan perusahaan, jumlah produksi dan laba perusahaan. Perusahaan selalu menginginkan jumlah penjualan yang tinggi untuk menunjang kelangsungan hidupnya. Peningkatan penjualan dapat dilakukan melalui bauran pemasaran yang agresif. Pengembangan produk dengan memperbarui atau menawarkan produk-produk baru dapat meningkatkan penjualan. Pada satu sisi, perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dengan tetap mempertahankan tingkat labanya. Sedangkan di sisi lain, manajemen dapat memutuskan untuk meningkatkan volume penjualan melalui

strategi pemotongan harga atau penetapan harga yang agresif dengan menanggung resiko.

e. Mempertahankan dan meningkatkan bagian pasar.

Salah satu strategi yang dapat ditempuh perusahaan adalah mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Banyak perusahaan menetapkan harga yang rendah untuk mempertahankan dan memperbesar pangsa pasar.

f. Menstabilkan harga.

Perusahaan berupaya menstabilkan harga dengan tujuan untuk menghindari adanya perang harga pada waktu permintaan meningkat atau menurun (tidak stabil).

Oleh karena itu perusahaan perlu menentukan tujuan utama agar fokus perusahaan menjadi lebih jelas. Untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut di atas ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan.

2.2.4.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Menurut Supriyono (2001:236-238) dalam Supriyadi (2013), secara garis besar faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan penentuan harga jual dibagi menjadi dua. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

a. Faktor Bukan Biaya

Faktor bukan biaya ini meskipun sulit diukur dan diramalkan namun harus juga dipertimbangkan dalam penentuan harga jual. Faktor bukan biaya biasanya merupakan faktor yang berasal dari

luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan manajemen dalam menentukan harga jual. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah :

1) Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Perubahan kondisi perekonomian dalam keadaan inflasi, yaitu turunnya daya beli uang maka akan menyebabkan harga jual barang atau jasa akan naik. Sebaliknya apabila perekonomian dalam keadaan deflasi, yaitu naiknya daya beli uang maka harga jual barang atau jasa akan menjadi lebih rendah.

2) Elastisitas Permintaan

Berubah tidaknya harga produk tergantung pada elastisitas permintaan produk. Elastisitas permintaan dan penawaran mempengaruhi keputusan manajemen untuk menaikkan atau menurunkan harga jual produk. Jika permintaan suatu produk bersifat elastik maka keputusan untuk menurunkan harga jual berakibat dapat meningkatkan volume penjualan dalam jumlah yang relatif besar. Sebaliknya, jika permintaan suatu produk tidak elastik, maka keputusan untuk menurunkan harga jual berakibat hanya dapat meningkatkan volume penjualan yang relatif kecil.

3) Tipe Pasar

Pada model ekonomi, harga jual disusun berdasarkan tipe pasar yang dihadapi oleh perusahaan.

4) Tindakan atau Reaksi Pesaing.

Tindakan atau reaksi pesaing juga dapat mempengaruhi tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang sejenis akan berusaha menarik minat konsumen dengan cara menjual produk atau jasanya dengan tingkat harga yang lebih rendah apabila dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh pesaingnya.

5) Pengaruh Pemerintah

Pengaruh pemerintah yang dimaksudkan dalam penentuan harga jual khususnya adalah undang-undang, keputusan, peraturan, dan kebijakan pemerintah yang ada. Penentuan harga jual barang atau jasa yang menyangkut hajat hidup orang banyak sangat dipengaruhi oleh kebijaksanaan atau aturan pemerintah. Pengawasan pemerintah berpengaruh dalam penentuan harga maksimum dan minimum bagi produk atau jasa yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat.

6) Citra atau Kesan Masyarakat.

Citra atau kesan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dapat mempengaruhi harga. Barang atau jasa yang telah

dikenal masyarakat mempunyai harga jual yang lebih tinggi dibanding dengan barang atau jasa yang masih baru di pasar.

7) Tujuan Nonlaba (Nirlaba)

Perusahaan non laba mempunyai tujuan melayani masyarakat, misalnya membantu pemerintah dalam rangka memcerdaskan kehidupan bangsa dengan mendirikan sekolah. Pada umumnya, perusahaan non laba bergerak di bidang jasa. Harga jual produknya ditentukan sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Biaya total dapat mencakup keseluruhan dana operasi perusahaan, beban bunga yang ditanggung, dana untuk meningkatkan jasa pelayanan serta perluasan operasi.

8) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Sebuah perusahaan didirikan bukan sekedar untuk mencari laba, tetapi juga untuk melayani masyarakat. Rasa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dapat mempengaruhi penentuan harga jual. Harga jual ditentukan berdasarkan tingkat ekonomi masyarakat yang dilayani.

b. Faktor Biaya

Faktor yang menjadi perhatian khusus bagi manajemen dalam penentuan harga jual adalah biaya. Dalam penentuan harga jual, faktor biaya digunakan sebagai batas bawah karena dalam kondisi wajar harga jual harus dapat menutup semua biaya yang bersangkutan dengan produk/jasa dan dapat menghasilkan laba

yang diharapkan. Maka dapat diasumsikan bahwa harga jual yang ditetapkan harus lebih tinggi dari total biaya yang telah dikeluarkan supaya menguntungkan bagi perusahaan. Manajemen harus mampu menekan dan mengendalikan biaya agar struktur biaya tetap rendah sehingga harga jual produk yang ditawarkan dapat ditekan.

2.2.5 Konsep Laba

2.2.5.1 Pengertian Laba

Menurut Soemarsono (2009:234) laba adalah selisih pendapatan dan biaya-biaya yang terjadi sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Sedangkan menurut Belkoui (2007:229) diterjemahkan oleh Mawarta (2012) mengemukakan pengertian laba akuntansi secara operasional didefinisikan sebagai realisasi biaya yang tumbuh dari transaksi-transaksi selama periode berlangsung dan biaya-biaya historis yang berhubungan.

2.2.5.2 Macam-Macam Laba

Penyajian laba terdapat dalam laporan laba rugi atau *Income statement*. Menurut Kieso, Weygant dan Warfield (2008:148) bahwa laba dibagi menjadi beberapa macam yaitu:

- a) Laba kotor (*gross profit*)

Laba kotor merupakan hasil pengurangan dari penjualan perusahaan pada periode tertentu dikurangi harga pokok dari produk yang dijual.

b) Laba operasi (*income from operation*)

Laba operasi diperoleh melalui hasil pengurangan laba kotor dengan biaya operasi perusahaan.

c) Laba bersih sebelum pajak (*income before income tax*)

Laba bersih sebelum pajak merupakan perhitungan dari laba operasi dikurangi dengan beban keuangan yaitu beban bunga.

d) Laba dari operasi yang berkelanjutan (*income from continuing operations*)

Laba dari operasi yang berkelanjutan merupakan laba akhir yang diperoleh dari laba sebelum pajak dikurangi dengan pajak penghasilan.

e) Laba bersih (*net income*)

Laba bersih merupakan laba bersih yang berkelanjutan dikurangi dengan operasi yang tidak berkelanjutan.

2.2.5.3 Keunggulan Laba

Menurut Ghozali dan Chariri (2007:38) keunggulan laba akuntansi dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. laba akuntansi teruji dalam sejarah dimana pemakai laporan keuangan masih mempercayai bahwa laba akuntansi masih bermanfaat untuk membantu pengambilan keputusan ekonomi

- b. laba akuntansi dapat diukur dan dilaporkan secara objektif dapat diuji kebenarannya karena didasarkan pada transaksi/fakta aktual yang didukung bukti objektif bukan melaporkan nilai (*value*)
- c. berdasarkan prinsip realisasi dalam mengakui pendapatan, laba akuntansi memenuhi kriteria konservatisme. Itu artinya akuntansi tidak mengakui untung yang direalisasi (*realized gains*)
- d. laba akuntansi dipandang bermanfaat untuk tujuan pengendalian terutama pertanggungjawaban manajemen. Bukti objektif yang melandasi *cost historis* merupakan sarana untuk mendukung pertanggungjawaban tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, keunggulan-keunggulan laba akuntansi tersebut dapat memberikan informasi untuk pihak internal dalam mengambil sebuah keputusan yang berkaitan dengan peningkatan laba, selain itu dapat membantu pihak eksternal untuk melihat kemampuan perusahaan dalam mengelola kegiatan ekonominya. Dengan adanya laba, perusahaan dapat mengukur prestasi yang telah diraihinya (Rachmatulloh, 2013).

2.2.5.4 Kelemahan Laba

Ghozali dan Chariri (2007:349) menyebutkan beberapa kelemahan laba akuntansi yang diukur dengan kerangka akuntansi konvensional.

Kelemahan laba akuntansi adalah sebagai berikut:

- a) konsep laba akuntansi belum dirumuskan secara jelas

- b) belum ada dasar pengukuran dan peyajian yang mantap secara teoritis
- c) praktik akuntansi yang diterima umum memungkinkan timbulnya ketidak konsistenan dalam pengukuran laba periodik dari perusahaan yang berbeda atau antar periode akuntansi yang sama.

2.2.5.5 Laba Optimal

Seorang manager akan memutuskan suatu keputusan berdasarkan pilihan-pilihan keputusan yang ada. Keputusan yang dibuat akan mengacu pada tujuan perusahaan utama, yaitu keuntungan yang optimal. Di sisi lain, keuntungan yang optimal akan sejalan dengan meminimumkan biaya yang muncul pada proses pembuatan keuntungan (Ahyari, 2012).

Keuntungan yang optimal dan biaya yang minimum akan diputuskan dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Masalahnya adalah sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan adalah terbatas. Keterbatasan sumber daya ini merupakan suatu masalah yang harus dipecahkan dengan membuat suatu keputusan sedemikian rupa, sehingga penggunaannya menjadi efisien dan memberikan hasil output yang paling optimal atau memberikan keuntungan yang optimal dengan mengeluarkan biaya yang minimum (Charter, 2009)

Misalnya sebuah perusahaan nasi goreng ingin mengoptimalkan keuntungannya dengan menghasilkan output berupa 'nasi goreng

biasa' dan 'nasi goreng spesial'. Input yang digunakan untuk menghasilkan nasi goreng tersebut sama, tetapi dengan takaran nasi dan bumbu yang berbeda. Bagaimana pemilik perusahaan nasi goreng tersebut menentukan berapa output untuk 'nasi goreng biasa' dan 'nasi goreng spesial' dengan kendala input yang dimiliki adalah terbatas.

2.2.6 *Target costing*

2.2.6.1 *Pengertian Target costing*

Target costing adalah penentuan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut akan dapat memperoleh laba yang diharapkan (Supriyadi, 2013). Menurut Garrison, Noreen (2001) dalam Ferdiandus (2011) metode *target costing* dikembangkan berdasarkan observasi dari dua karakteristik penting pasar dan biaya. Pertama adalah bahwa perusahaan tidak dapat mengendalikan harga, kecuali pasarnya (permintaan dan penawaran) yang menentukan harga, dan perusahaan yang berusaha untuk mengabaikan hal ini, mereka menanggung resikonya sendiri. Kedua adalah bahwa sebagian besar biaya produk ditentukan pada tahap desain.

Witjaksono (2013:177) mengemukakan bahwa "*target costing* adalah suatu sistem dimana penentuan harga pokok produksi adalah sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan, atau

penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya.

Krismiaji (2011:335) mengemukakan bahwa *target costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk baru dan kemudian merancang prototipe yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditetapkan. Tujuan utama *target costing* adalah mengurangi biaya karena sekali target cost telah dicapai, maka suatu *target cost* yang baru lebih rendah ditentukan.

2.2.6.2 Tahap-Tahap Pelaksanaan *Target costing*

Menurut Supriyono (1999: 156) dalam Malue (2013) proses *target costing* secara luas dapat dibagi menjadi lima tahap, yaitu :

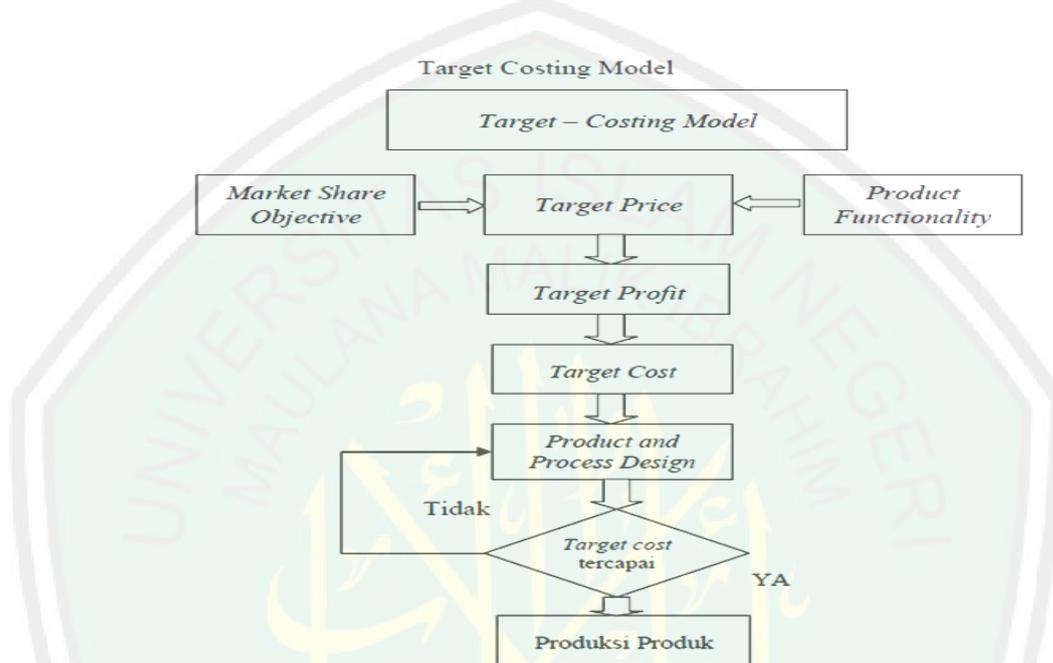
- Perencanaan korporasi. Tahap ini dimulai dengan dilakukannya penelitian pasar untuk mengetahui kebutuhan/keinginan konsumen, harga yang berlaku dan volume produksi yang diinginkan.
- Pengembangan proyek produk baru tertentu. Pada tahap ini, departemen perencanaan korporasi memberi informasi kepada departemen perencanaan perekayasaan tentang jenis produk yang ingin dikembangkan dan isi perubahan rancangan model yang didasarkan atas riset pasar.
- Penentuan rencana dasar untuk produk baru tertentu. Dalam tahap ini, manajer produk meminta setiap departemen untuk menelaah :

(1) bahan yang diperlukan; (2) Proses pengolahan; dan (3) Menaksir biaya. Sesuai dengan laporan yang dibuat oleh departemen-departemen tersebut, dihitunglah biaya taksiran total (*driftingcost*). Dalam waktu yang sama, harga target ditentukan oleh divisi pemasaran. Dari harga target dan laba, selanjutnya dapat dihitung biaya yang diperkenankan (*allowable cost*) atau biaya target (*target cost*) melalui pengurangan dari harga jual target dengan laba target.

- Rancangan produk. Pada tahap ini, departemen rancangan menyusun draft cetak biru percobaan untuk sekumpulan biaya target setiap komponen. Kegiatan ini memerlukan informasi dari setiap departemen. Departemen rancangan juga membuat produk percobaan yang sesungguhnya sesuai dengan cetak biru yang telah dibuat, kemudian departemen manajemen biaya menaksir biaya tersebut. *Drifting cost* dihitung sebagai biaya yang diestimasikan berdasarkan biaya periode yang sedang berjalan (*current cost projection*).
- Rencana pemindahan produksi. Pada tahap ini, kondisi perlengkapan produksi diperiksa dan departemen manajemen biaya menaksir biaya sesuai dengan draft cetak biru. Departemen perancangan produksi menyusun standar nilai bahan yang akan dikonsumsi, biaya tenaga kerja langsung, dan sebagainya.

Proses penetapan *target costing* hingga penetapan harga dapat diuraikan dalam model berikut :

Gambar 2.1



Sumber: Witjaksono (2006:158)

2.2.6.3 Penetapan Harga dalam *Target costing*

Aprianty (2010:50) menyatakan bahwa perusahaan mempunyai 2 pilihan dalam menurunkan biaya sampai pada level target biaya (*target cost*) yaitu:

- i. Mengintegrasikan teknologi pemanufakturan baru, menggunakan teknik-teknik manajemen biaya yang canggih dan mencari produktivitas yang tinggi melalui perbaikan organisasi dan hubungan tenaga kerja, sehingga perusahaan dapat menurunkan biaya.

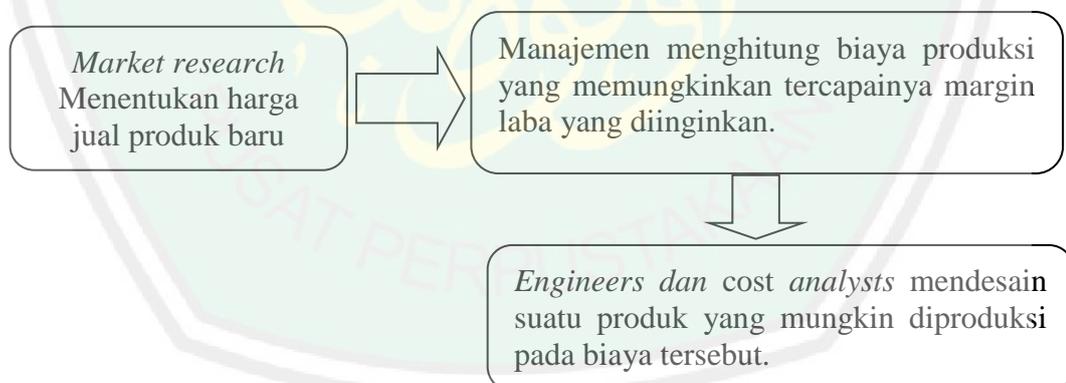
- ii. Melakukan desain ulang terhadap produk atau jasa yang dihasilkan, sehingga perusahaan dapat menentukan biaya sampai level target biaya.

Metode *target costing* memperlakukan biaya sebagai variabel dependen, yaitu ditentukan dari hasil harga target dikurangi laba target.

Setelah biaya target didapatkan, selanjutnya manajemen mencari cara untuk merencanakan ulang komponen, memperbaiki rancangan, menemukan cara produksi yang lebih efisien, dan menurunkan biaya pemasok.

Berdasarkan uraian diatas maka dapatlah dituangkan dalam ilustrasi berikut:

Gambar 2.2



Sumber : Witjaksono (2006)

Dari ilustrasi diatas, *target costing* menurut Witjaksono (2006: 157) dapat didefinisikan suatu sistem dimana (1) penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan (*target*) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang

diinginkan, atau (2) penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya.

Contohnya : Sebuah perusahaan *furniture* ingin membuat sebuah inovasi produk lemari terbaru. Dengan spesifikasi yang ditetapkan dan pangsa pasar yang dibidik maka harga jual per unit adalah Rp 1.200.000. Bila laba yang diinginkan per unit adalah Rp.200.000, maka *target costing* dihitung sebagai berikut :

$$TC_i = P_i - M_i$$

Keterangan: TC_i = *Target Cost* (target biaya) per unit produk i

P_i = harga jual per unit produk i

M_i = laba per unit produk i

$$\begin{aligned} \text{Target cost} &= \text{Rp.1.200.000} - \text{Rp.200.000} \\ &= \text{Rp. 1.000.000} \end{aligned}$$

Maka *target cost* yang diharapkan perusahaan *furniture* yaitu senilai Rp. 1.000.000. Apabila target cost dan target laba sesuai dengan kenyataan yang diharapkan maka penerapan *target costing* ini dianggap dapat menentukan harga jual dan untuk mengefisienkan biaya produksi.

Supriyono (2002:152) mendefinisikan *target costing* adalah "sistem untuk mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap pengembangan dan perencanaan produk model baru tertentu, perubahan model secara penuh atau perubahan model minor".

2.2.6.4 Kendala Menerapkan *Target costing*

Menurut Supriyono (2002:152) menyatakan bahwa penerapan *target costing* ternyata tidak mudah. Berikut ini adalah kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing*.

1. Konflik antar kelompok dan atau antar anggota kelompok.
2. Karyawan yang mengalami *burnout* karena tuntutan target penyelesaian pekerjaan
3. Target waktu penyelesaian yang terpaksa ditambah
4. Sulitnya melakukan pengaturan atas berbagai faktor penentu keberhasilan *target costing*.

Dengan demikian sangat disarankan bagi perusahaan yang tertarik untuk menerapkan *target costing* memperhatikan hal-hal berikut :

1. Manajemen puncak harus memahami proses *target costing* sebelum mengadopsinya.
2. Apabila perhatian manajemen terlalu terpaku pada pencapaian sasaran *target costing*, maka dapat mengalihkan perhatian dari manajemen mengenai pencapaian sasaran keberhasilan organisasi secara keseluruhan (Supriyono, 2002:153) dalam Anugerah (2010).

2.2.6.5 Penentuan Biaya Target untuk Penetapan Harga Target

Menurut Sutrisno (2008), harga target yang dihitung dengan menggunakan informasi dari pelanggan dan pesaing menjadi dasar untuk menghitung biaya target. Biaya target per unit adalah harga target dikurangi penghasilan operasi target per unit. Penghasilan operasi target per unit adalah penghasilan operasi yang merupakan sasaran yang ingin diperoleh perusahaan per unit produk atau jasa yang dijual. Biaya target per unit adalah perkiraan biaya jangka panjang per unit atas sebuah produk atau jasa yang membuat perusahaan mampu mencapai penghasilan operasi target per unit saat menjual pada harga target, sebuah penentuan harga berbasis pasar adalah penentuan harga target.

Menurut Horngren, Datar dan Foster (2006: 501) dalam Harianto (2014) harga target adalah estimasi harga produk atau jasa yang bersedia dibayar calon pelanggan. Perkiraan ini didasarkan pada pemahaman tentang nilai yang dipersepsi pelanggan atas sebuah produk dan berapa pesaing akan memberi harga produk yang bersaing itu. Organisasi penjualan dan pemasaran sebuah perusahaan melalui kontak dan interaksi yang dekat dengan para pelanggan, biasanya merupakan posisi terbaik untuk mengenali kebutuhan pelanggan dan nilai pandangan mereka terhadap sebuah produk. Perusahaan juga melakukan penelitian pasar tentang fitur produk yang diinginkan pelanggan dan harga yang bersedia mereka bayar untuk fitur tersebut.

Memahami apa yang dinilai pelanggan merupakan sebuah aspek kunci yang berfokus pada pelanggan.

2.2.7 Perspektif Islam

Masyarakat bebas untuk melakukan transaksi dan pembatasan terhadap mereka bertentangan dengan kebebasan ini. Pemeliharaan masalah pembeli tidak lebih utama daripada pemeliharaan masalah penjual. Apabila keduanya saling berhadapan, maka kedua belah pihak harus diberi kesempatan untuk melakukan ijtihad tentang masalah keduanya. Pewajiban pemilik barang untuk menjual dengan harga yang tidak diridhainya bertentangan dengan ketetapan Allah SWT. Dalam hadits lain diceritakan bahwa Abu Hurairah juga menuturkan, pernah ada seorang laki-laki mendatangi Rasulullah saw Ia lalu berkata, “Ya Rasulullah, tetapkanlah harga.” Rasulullah saw menjawab, “Akan tetapi, aku hanya akan berdoa kepada Allah.” Lalu datang orang lain dan berkata, “Ya Rasulullah, tetapkanlah harga” Beliau menjawab:

بِإِذْنِ اللَّهِ يَخْفِضُ وَيَرْفَعُ

Artinya:

“Akan tetapi, Allahlah Yang menurunkan dan menaikkan harga”.
(HR Ahmad dan ad-Darimi).

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

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya:

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

Dalam Al-Qur'an sendiri disebutkan agar sebuah bisnis sukses dan menghasilkan untung, hendaknya bisnis tersebut didasarkan atas keputusan yang tepat, logis, bijak dan hati-hati. Menurut Al-Qur'an, bisnis yang menguntungkan bukan hanya yang dapat dinikmati di dunia, tetapi juga dapat dinikmati di akhirat dengan keuntungan yang jauh lebih besar. Karena kenikmatan dunia itu tidak ada apa-apanya apabila dibandingkan dengan kenikmatan akhirat. Kebersihan jiwalah, bukan banyaknya harta, yang akan membuat manusia sukses di alam akhirat. Itulah sebabnya mengapa Al-Qur'an selalu menasihati manusia agar selalu mencari dan mengarahkan apa yang di lakukan untuk mendapat pahala di akhirat, bahkan pada saat dia melakukan hal-hal yang bersifat duniawi sekalipun. Usaha untuk mencari keuntungan yang banyak dengan cara-cara bisnis yang curang hanya akan menghasilkan sesuatu yang sangat tidak baik dan menimbulkan kepailitan, yang mungkin saja terjadi di dunia ini. Dengan demikian, menurut Al-Qur'an, bisnis yang menguntungkan adalah, bukan hanya dengan melakukannya secara profesional dan benar, namun juga menghindari segala bentuk praktek-praktek curang, kotor dan koruptif (*Al-Qur'an, 7: 85*).

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

Dalam Al-Qur'an, transaksi terbaik adalah yang memberikan garansi terhindarnya seseorang dari neraka dan memberi jaminan masuk surga. Transaksi yang menguntungkan ini hanya bisa diwujudkan dengan cara beriman kepada Allah dan Rasul-Nya secara konsisten, dan berjuang di jalan Allah dengan harta maupun jiwanya.

Allah swt berfirman:

وَالِى مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ قَدْ جَاءَكُمْ بَيِّنَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَلِكَ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ٨٥

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

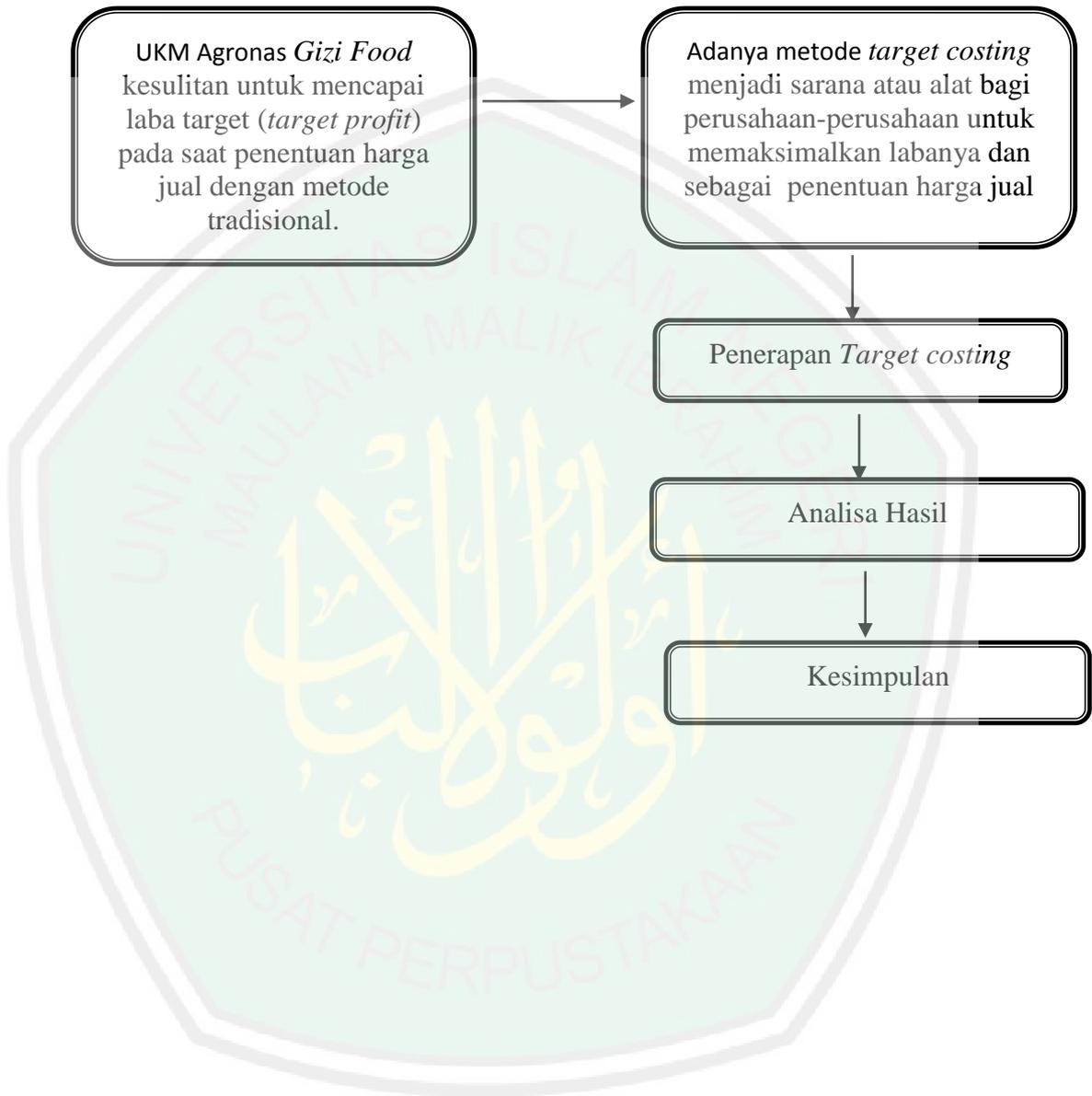
2.2.8 Kerangka Berpikir

Menurut Hamid (2007) mendefinisikan kerangka pemikiran sebagai berikut:

“Kerangka pemikiran merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan”.

Adapun masalah-masalah yang dianggap penting dalam penelitian ini adalah penerapan metode *target costing* yang digunakan untuk mencapai efisiensi biaya produksi sehingga dapat digunakan oleh perusahaan sebagai dasar untuk menetapkan harga jual sehingga dapat memaksimalkan laba yang diharapkan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, gambaran menyeluruh penelitian ini yang mengangkat penelitian mengenai analisis penerapan *target costing* dalam penetapan harga jual untuk mengoptimalkan laba perusahaan. Berikut merupakan gambaran kerangka pemikiran dari penelitian ini:

Gambar 2.3 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Moleong (2014) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik, dan dengan suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Sementara itu, dilihat dari teknik penyajian datanya, penelitian menggunakan pola deskriptif menurut Sugiyono (2013:206), metode deskriptif adalah metode penelitian dengan menganalisis data dan mendeskripsikan data yang telah terkumpul sesuai dengan fakta yang telah ada. Dalam metode penelitian deskriptif objek penelitian akan dianalisis, dijelaskan dan digambarkan sesuai dengan teori yang telah terkumpul yang nantinya teori tersebut akan menghasilkan sebuah kesimpulan.

Dari definisi di atas, dapat dipahami bahwa metode penelitian kualitatif dengan pola deskriptif yang dilakukan, bermaksud menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Usaha Kecil Menengah (UKM) Agronas *Gizi Food* yang beralamatkan di jalan raya bukir berbunga no. 55 desa sidomulyo kecamatan bumiaji kabupaten batu Malang. Alasan peneliti melakukan penelitian ditempat tersebut atas pertimbangan sebagai berikut:

- a. Lokasi tersebut masih menggunakan metode tradisioal dalam upaya menetapkan harga jual untuk mengoptimalkan laba.
- b. Untuk menguji apakah penerapan *target costing* tepat digunakan pada UKM (Usaha Kecil Menengah).

3.3 Subjek Penelitian

Menurut Arikunto (1992) dalam Fauzi (2014) subjek penelitian adalah benda, hal atau orang dan tempat dimana data yang dipermasalahkan melekat. Responden penelitian adalah orang yang dapat merespon, memberikan informas tentang data yang diperlukan saat penelitian. Nasution (1996) dalam Mipa (2012) menyatakan bahwa:

“Dalam penelitian naturalistic yang dijadikan sampel hanyalah sumber yang dapat memberikan informasi. Sampel dapat berupa hal, peristiwa, manusia, situasi yang diobservasi”.

Subjek dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait dalam penerapan *Target Costing* di UKM Agronas *Gizi Food* ini adalah sebagai berikut:

- a. Pemilik UKM Agronas Gizi Food Kota Batu Malang
- b. Bagian produksi UKM Agronas Gizi Food Kota Batu Malang
- c. Bagian pemasaran UKM Agronas Gizi Food Kota Batu Malang

- d. Bagian keuangan dan administrasi UKM Agronas Gizi Food Kota Batu Malang

3.4 Data dan Jenis Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

3.4.1 Data Primer

Data primer penulis meneliti secara langsung pada obyek penelitian dengan cara menyusun daftar pertanyaan dan mengadakan wawancara langsung kepada pemilik dari UKM Agronas *Gizi Food*.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data riset yang diperoleh peneliti tidak langsung yang bertujuan untuk menunjang penelitian ini baik dalam bentuk naskah tertulis atau dokumen, dan buku-buku yang relevan dengan penelitian. Pada penelitian ini data sekunder berupa jurnal-jurnal penelitian yang terkait dengan judul peneliti serta informasi atau data lain yang dibutuhkan peneliti tentang penerapan *target costing* seperti:

- a. Data produksi
- b. Data penjualan produk
- c. Data biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead ataupun informasi tertulis yang berkaitan dengan pembahasan ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan penelitian deskriptif kualitatif dan juga jenis sumber data yang dimanfaatkan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Penelitian ini lebih banyak menggunakan indra penglihatan dengan maksud untuk terjun langsung melihat ke lapangan. Kegiatan observasi tersebut antara lain memandang, melihat, mengamati objek sehingga memperoleh pengetahuan yang dibutuhkan. Kegiatan observasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pengamatan terhadap proses produksi keripik kentang di UKM Agronas *Gizi Food* Kota Batu Malang.
- b. Melakukan pengamatan proses dokumentasi secara manual yang dilakukan oleh UKM Agronas *Gizi Food* Batu Malang.

2. Wawancara yaitu bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya langsung. Wawancara memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang beragam dari para responden dalam berbagai situasi dan konteks (Sarosa, 2011).

Dalam penelitian ini, menggunakan tipe wawancara semi terstruktur. Maksud dari wawancara semi terstruktur adalah pewawancara sudah menyiapkan topik dan daftar pertanyaan pemandu wawancara

sebelum aktifitas wawancara dilaksanakan, dimana daftar topik dan pertanyaan yang biasanya memulai wawancara.

Pada Penelitian kali ini, narasumber yang dijadikan sebagai sunjek penelitian adalah:

- a. Pemilik UKM Agronas *Gizi Food* untuk mengetahui sejarah dan profil UKM Agronas *Gizi Food*
 - b. Bagian Produksi UKM Agronas *Gizi Food* untuk mengetahui proses produksi keripik kentang
 - c. Staff Accounting dan Administrasi untuk mengetahui data produksi, jenis produk, data penjualan, data pembelian bahan baku serta biaya-biaya dan informasi yang erat kaitannya dengan masalah penelitian.
3. Dokumentasi yaitu cara pengumpulan data dengan melihat catatan/dokumen yang ada dalam perusahaan berupa data produksi, jenis produk, data penjualan, data pembelian bahan baku serta biaya-biaya dan informasi yang erat kaitannya dengan masalah penelitian.

3.6 Analisis Data

Analisa data merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan an pengumpulan data dalam penelitian (Sugiono, 2013). Teknis analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Tahap pertama yang dilakukan peneliti yakni reduksi data.

Reduksi data adalah mengumpulkan dan mengelompokkan data mengenai perusahaan dan semua permasalahan yang dihadapi perusahaan.

2. Menentukan *Allowable Cost*.

Untuk melaksanakan target costing, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah menentukan *allowable cost*. *Allowable cost* adalah jumlah biaya yang diperkenankan oleh perusahaan yang didapat dari selisih antara harga jual dengan laba yang diinginkan oleh perusahaan.

$$\text{Allowable cost} = \text{Target Selling Price} - \text{Target Profit Margin}$$

Keterangan:

- ❖ *Allowable Cost* adalah biaya yang diperkenankan oleh perusahaan
- ❖ *Target Selling Price* (Harga Jual yang diantisipasi) merupakan harga yang bersedia dibayar oleh pelanggan atau dengan kata lain harga jual yang berlaku di pasar
- ❖ *Target Profit Margin* (laba yang diinginkan)

3. Menentukan *Drifting Cost*.

Setelah diketahui besarnya *allowable cost*, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah menghitung *drifting cost*. *Drifting cost* adalah penjumlahan biaya bahan baku, biaya proses, dan biaya lain-lain yang diperkirakan akan terjadi untuk memproduksi produk yang bersangkutan. *Drifting cost* merupakan biaya yang diestimasi berdasarkan biaya produk yang sedang berjalan.

4. *Value Engineering*

Perekayasaan nilai (*value engineering*) merupakan suatu aktivitas yang diperlukan untuk menganalisa apakah komponen-komponen dalam suatu produk dapat dikurangi biayanya tanpa mengurangi fungsi atau kualitas produk yang bersangkutan. Perekayasaan nilai bertujuan untuk mengurangi jumlah *drifting cost* sampai dapat menyamai atau bahkan kurang dari *allowable cost*

5. Dari hasil analisa tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan apakah metode target costing dapat diterapkan diperusahaan untuk dapat menentukan harga jual dan untuk mengoptimalkan laba atau tidak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat UKM Agronas Gizi Food

UKM Agronas Gizi Food merupakan pusat sentra pengolahan keripik kentang yang terletak di Jl. Raya Bukit Berbunga 55 Desa Sidomulyo Kota Batu-Malang Jawa Timur. UKM Agronas Gizi Food didirikan oleh Alm.H. Khotob pada tahun 2002 yang sebelumnya merupakan tempat penyuplai kentang ke pasar tradisional dan ke beberapa kota besar di Indonesia yaitu meliputi Jawa, Kalimantan dan Sumbawa. UKM Agronas Gizi Food saat ini menjadi salah satu pusat produksi keripik kentang yang dikembangkan oleh istrinya yaitu Ibu Hj. Khotob beserta anaknya. Ide membuat keripik kentang berawal dari keinginan pemilik untuk lebih memaksimalkan laba usaha karena menjual kentang mentah dengan cara menyuplai kentang kepada UKM kurang membuahkan hasil yang tinggi. Semenjak itu Ibu Hj. Khotob beserta anaknya mulai mencoba mengolah keripik kentang yang dirasa akan menghasilkan laba yang tinggi dibanding dengan menyuplai kentang mentah kepada konsumennya.

Dengan adanya tanggapan yang positif dari konsumen dan adanya penambahan penghasilan yang tinggi membuat Ibu Hj. Khotob beserta anaknya terus mengembangkan usaha pengolahan keripik kentang

sampai sekarang. Dari tahun ke tahun produksi keripik kentang terus meningkat akibat adanya permintaan yang tinggi dari para konsumennya yaitu meliputi wilayah Kota Batu, Malang, Bandung, Surabaya, dan sekitarnya. Dalam pengolahan keripik kentang pemilik usaha lebih mempertahankan cita rasa asli kentang itu sendiri dengan cara tidak mencampurkan bahan kimia khusus makanan dan hanya menggunakan bahan alami untuk menghasilkan keripik kentang, selain itu seluruh proses produksi dilakukan dengan manual dan menggunakan alat yang sederhana tanpa menggunakan mesin apapun dengan alasan memproduksi manual dapat menghasilkan keripik kentang yang bagus dan terjaga kualitasnya. Hal ini yang membuat para konsumen tertarik untuk membeli produk keripik kentang dari UKM Agronas Gizi Food karena rasa alami yang khas yang berbeda dari keripik kentang olahan lainnya.

Dalam mengolah kentang mentah menjadi keripik kentang, pemilik usaha tidak menggunakan bahan kimia makanan apapun sehingga rasa alami dari kentang itu sendiri tetap terasa. Berbeda dengan usaha keripik kentang lainnya yang banyak menggunakan bahan kimia makanan seperti penyedap rasa buatan dan pemutih agar keripik terlihat menarik. Dengan rasa keripik yang alami maka konsumen terus tertarik untuk membeli produk keripik kentang dari Agronas Gizi Food . Seiring berjalannya waktu dan terus meningkatnya permintaan produksi keripik kentang maka usaha yang dijalankan Ibu

Hj. Khotob dan anaknya resmi beralih ke usaha pengolahan keripik kentang dan telah mendapatkan izin usaha dengan nomor DEP.KES RI.P-IRT No. 2153 5790 4008.

Dalam menjalankan usahanya UKM Agronas Gizi Food mempunyai kios sendiri untuk memasarkan produknya yaitu tepat berada tempat di samping pengolahan keripik kentang yang sangat membantu dalam memasarkan keripik kentangnya. Selain memasarkan keripik kentangnya UKM Agronas Gizi Food juga menjual aneka makanan atau oleh-oleh khas kota batu yang di peroleh dari UKM makanan ringan lainnya Berdasarkan hasil wawancara dengana bagian produksi pada tahun 2015 setiap hari UKM Agronas Gizi Food melakukan kegiatan produksi keripik kentang. Kapasitas Produksi pada tahun 2015 UKM Agronas Gizi Food ini mampu memproduksi keripik kentang sebanyak 200 Kg sampai dengan 400 Kg atau 5,6 ton sampai 11,2 ton sebulannya. Akan tetapi menurut keterangan pemilik usaha karena keadaan cuaca yang tidak menentu mengakibatkan UKM hanya dapat memproduksi sebanyak 200 Kg per harinya atau 5,6 ton sebulannya. Namun pada bulan tertentu seperti bulan Ramadhan, hari raya Idul Fitri, tahun baru, dan Natal produksi ditingkatkan menjadi 400 Kg per hari atau 11,2 ton dalam sebulan.

Kendala utama pada saat produksi adalah pada saat penjemuran, kegiatan menjemur dilakukan secara manual dengan bantuan sinar matahari. Akibat keadaan cuaca yang tidak menentu dan sering terjadi

hujan maka pemilik membatasi kapasitas produksi sebanyak 200 Kg saja perhari selama tahun 2015 jadi total produksi selama satu tahun UKM Agronas Gizi Food mampu memproduksi sebanyak 84 ton kentang mentah menjadi keripik kentang.

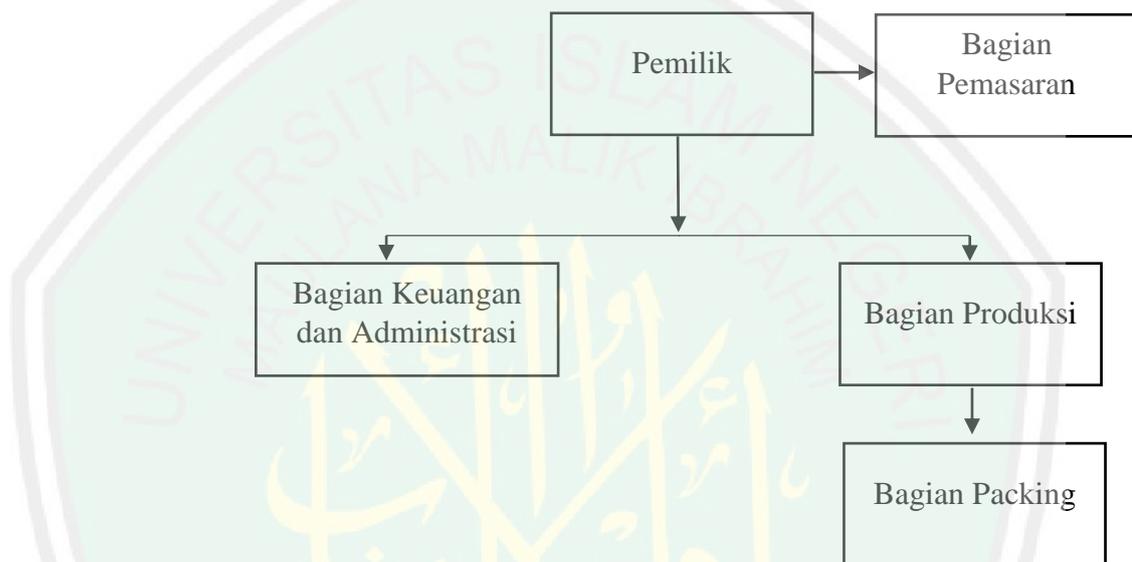
4.1.2 Struktur Organisasi

Dalam mencapai visi, misi, dan tujuan dalam suatu organisasi maka seluruh kegiatan harus terkoordinir dan tertata dengan jelas. Dengan sistem pembagian kerja yang jelas maka usaha suatu organisasi dalam mencapai tujuan perusahaan akan mudah tercapai. Dengan sistem dan pembagian kerja yang jelas maka seluruh unsur yang berada dalam suatu organisasi akan dapat bekerja sama dengan baik. Oleh karena itu diperlukan sebuah struktur organisasi yang jelas agar sistem pembagian kerja dapat tertata dengan rapi agar terjalin kerja sama yang efektif dan efisien.

Dalam mencapai visi, misi, dan tujuan UKM Agronas Gizi Food mempunyai struktur organisasi yang membentuk suatu strata dari bagian paling atas sampai bagian paling bawah. Hal ini dibentuk agar seluruh pembagian kerja dapat terbagi dengan baik dan jelas. Dalam setiap strata yang tersusun terdapat tanggung jawab dan wewenang masing masing akan tetapi seluruh wewenang dalam organisasi tetap dipegang oleh pemilik yang merupakan penanggung jawab utama dalam seluruh kegiatan dalam organisasi.

Struktur organisasi UKM Agronas Gizi Food dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi UKM Agronas Gizi Food



Sumber: Dibuatkan pada, 2016

Adapun penjelasan *job description* dari struktur organisasi UKM Agronas Gizi Food adalah sebagai berikut :

1. Pemilik

Pemilik merupakan posisi tertinggi dalam UKM Agronas Gizi Food, dalam organisasi ini seluruh kebijakan dan keputusan berada ditangan pemilik yang merupakan penanggung jawab utama. Adapun tugas dan wewenang dari pemilik adalah :

- a. Menetapkan visi, misi, dan tujuan dalam organisasi.

- b. Melakukan pengawasan pada seluruh bagian yang berada dibawahnya.
- c. Memberikan pengarahan kepada para bawahan dalam melakukan kegiatan operasional.
- d. Mengambil keputusan dan menetapkan strategi yang tepat bagi organisasi.
- e. Mengangkat dan memberhentikan karyawan.
- f. Menetapkan target penjualan dalam setahun.
- g. Menetapkan jumlah produksi bulanan dan tahunan.

2. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran merupakan bagian dalam suatu organisasi yang bertanggung jawab dalam memasarkan produk yang telah diproduksi. Pada UKM Agronas Gizi Food bagian pemasaran juga merangkap sebagai pemilik. Hal ini karena pemilik merupakan penggagas utama dalam organisasi dan mempunyai jaringan yang luas dalam memasarkan produknya. Adapun tugas dan wewenang bagian pemasaran adalah sebagai berikut:

- a. Merencanakan strategi yang tepat dan strategis dalam memasarkan produk.
- b. Menetapkan target pasar yang akan dituju.
- c. Menghentikan dan melanjutkan penyuplaian produk kepada pelanggan.

- d. Mengevaluasi kondisi pasar dan memberikan masukan kepada bagian produksi tentang hal yang berhubungan dengan kondisi pasar dan segala hal yang berhubungan dengan pemasaran untuk pengambilan keputusan.
- e. Menyusun rencana pemasaran baik jangka pendek maupun jangka panjang.

3. Bagian Keuangan dan Administrasi

Bagian keuangan dan administrasi merupakan bagian yang penting dalam suatu organisasi. Bagian ini berwenang penuh terhadap kegiatan belanja dan pengeluaran yang bersifat administratif. Adapun tugas dan wewenang bagian keuangan dan administratif adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan dana kepada bagian produksi untuk kegiatan belanja harian.
- b. Mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran yang dilakukan dalam organisasi.
- c. Mencatat setiap penjualan yang terjadi setiap hari.
- d. Membayar hutang dan menagih hutang kepada pelanggan.
- e. Membuat bukti setiap penjualan dan pengeluaran.
- f. Membuat perhitungan atas penjualan dan melaporkan kepada pemilik.
- g. Membayar gaji kepada karyawan.

- h. Melakukan verifikasi atas transaksi yang terjadi maupun yang sudah berlalu.
- i. Membayar setiap tagihan air, telepon, dan listrik dalam organisasi.
- j. Menghitung biaya yang dikeluarkan dalam organisasi.

4. Bagian Produksi

Bagian produksi merupakan bagian yang bertanggung jawab atas kegiatan produksi setiap hari. Adapun tugas dan wewenang bagian produksi adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan kegiatan produksi harian.
- b. Melakukan kegiatan belanja bahan.
- c. Mengontrol jalannya produksi setiap hari.
- d. Menghitung persediaan yang tersedia dalam gudang.

5. Bagian Packing

Bagian packing adalah bagian yang bertanggung jawab atas pengemasan produk yang telah diproduksi oleh bagian produksi. Adapun tugas dan wewenang bagian packing adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pengemasan atas produk yang telah diproduksi.
- b. Memberikan label terhadap produk yang telah dikemas.
- c. Melakukan pembelian kemasan plastik untuk pengemasan.
- d. Melakukan penakaran untuk berat produk yang akan dikemas.
- e. Menghitung total produk yang telah dikemas dan direkap dalam persediaan produk jadi.

4.1.3 Ruang Lingkup Usaha

UKM Agronas Gizi Food merupakan unit usaha yang bergerak dibidang industry pengolahan makanan ringan. Produk utama dari UKM Agronas Gizi Food adalah Produk Keripik Kentang yang diproduksi sendiri di tempat pengolahan. Selain keripik kentang UKM Agronas Gizi Food juga mempunyai produk lainnya berupa aneka keripik dan makanan ringan lainnya yang diperoleh dari UKM lain yang berada di wilayah Kota Batu, Malang, Solo dan kota lain disekitarnya yang dipasarkan langsung di outlet yang berada tepat disamping tempat pengolahan keripik kentang.

4.1.4 Proses Produksi

Proses produksi adalah kegiatan pokok dari usaha yang bergerak dibidang industry pengolahan sebelum melakukan proses pemasaran dan penjualan. Proses produksi dapat menjadi penentu keberhasilan atau kegagalan dari suatu usaha. Jika kegiatan produksi lancar maka kegiatan penjualan dan lainnya dapat berjalan lancar dan akan dapat menambah nilai ekonomis usaha yang akan menghasilkan pendapatan bagi suatu badan usaha. Akan tetapi jika kegiatan produksi tidak dapat berjalan dengan lancar maka kegiatan lainnya dapat terganggu dan dapat mengakibatkan kegagalan suatu unit usaha karena kegagalan dalam proses produksi dapat menurunkan nilai ekonomis suatu usaha dan mengakibatkan penurunan produktivitas baik dalam kegiatan produksi ataupun dalam kegiatan menghasilkan pendapatan

usaha. Oleh karena itu, kegiatan produksi harus benar-benar diawasi sehingga unit usaha dapat bertahan dan mengembangkan usahanya.

Sebelum proses produksi berjalan industry pengolahan keripik kentang membutuhkan bahan baku diantaranya adalah :

a. Kentang

Kentang merupakan tanaman sejenis ubi-ubian. Kentang merupakan bahan utama yang digunakan untuk membuat keripik kentang. Perusahaan membeli kentang dari petani dan penyuplai yang berasal dari wilayah Kota Batu dan dari penyuplai asal daerah Tengger Bromo Jawa Timur yang biasa menyuplai kentang kepada UKM Agronas Gizi Food jika persediaan kentang sudah habis.

b. Bumbu

Bumbu merupakan bahan yang penting sebagai campuran keripik kentang agar rasa keripik lebih enak jika dimakan. Pemilik mencampurkan bumbu berupa bawang, dan penyedap lainnya yang dirahasiakan oleh pemilik yang diolah dari berbagai racikan alami rempah-rempah.

c. Air kapur

Air kapur adalah air hasil endapan dari kapur yang digunakan untuk menghilangkan getah yang menempel pada kentang mentah. Pemilik menggunakan sedikit air kapur untuk mencuci kentang dari getah yang menempel dari kentang itu sendiri. Setiap perendaman pemilik

hanya mencampurkan beberapa sendok air kapur untuk mencuci bahan baku kentang.

d. Minyak Goreng

Minyak Goreng merupakan bahan yang digunakan untuk menggoreng keripik kentang mentah menjadi keripik kentang matang jika mendapatkan pesanan berupa keripik kentang matang yang sudah jadi.

e. Garam

Garam merupakan bahan yang penting untuk campuran keripik kentang selain bawang dan penyedap olahan dari rempah-rempah.

Adapun peralatan yang digunakan untuk mengolah keripik kentang adalah sebagai berikut :

a. Alat pemotong

Alat pemotong adalah alat untuk memotong kentang menjadi lembaran kentang tipis yang dilakukan dengan manual tanpa bantuan mesin. Alat pemotong ini berasal dari kayu dengan pisau tajam yang berada ditengahnya. Alasan memakai alat ini adalah karena jika menggunakan alat pemotong maka kentang tidak bisa dipotong utuh dan hasilnya akan hancur menjadi kepingan yang lebih kecahil. Oleh karena itu pemilik menggunakan alat pemotong manual untuk menghasilkan keripik kentang sesuai dengan ukuran yang diharapkan.

b. Bak pencucian

Bak pencucian merupakan tempat pencucian kentang mentah sebelum kentang dipotong menjadi keripik kentang. Selain digunakan sebelum pemotongan, bak pencucian lainnya juga digunakan untuk merendam irisan kentang yang sudah dipotong untuk menghilangkan getah yang menempel pada kentang.

c. Sikat pembersih

Sikat pembersih adalah alat yang digunakan untuk membersihkan kentang sebelum kentang dipotong.

d. Pisau

Pisau digunakan untuk mengupas kulit kentang sebelum kentang dipotong menjadi potongan kecil.

e. Baskom

Baskom merupakan tempat penampungan potongan keripik kentang yang sudah direndam dan dibersihkan.

f. Loyang penjemur

Loyang penjemur merupakan wadah yang digunakan untuk menjemur. Alat ini digunakan karena kegiatan penjemuran dilakukan untuk pengeringan potongan kentang yang dilakukan secara manual.

g. Wajan atau alat penggorengan

Wajan penggorengan merupakan alat untuk menggoreng keripik kentang yang sudah dijemur. Wajan penggorengan digunakan hanya apabila perusahaan memperoleh pesanan berupa keripik matang saja.

h. Spatula

Spatula merupakan alat untuk menggoreng keripik kentang mentah menjadi keripik kentang matang. Sama seperti wajan penggorengan spatula digunakan hanya jika perusahaan mendapatkan pesanan berupa keripik matang.

i. Penyaring gorengan

Penyaring gorengan merupakan alat untuk mengangkat keripik kentang yang digoreng di dalam wajan penggorengan.

j. Loyang penirisan

Loyang penirisan adalah tempat untuk meniriskan keripik kentang yang baru digoreng untuk menghilangkan minyak yang menempel.

Dengan menggunakan alat-alat yang sudah dijelaskan diatas maka langkah kegiatan produksi keripik kentang adalah sebagai berikut:

a. Tahap pencucian

Kentang harus dicuci bersih untuk menghilangkan kotoran yang menempel pada kulit luar kentang.

b. Tahap pengupasan

Setelah kentang dicuci bersih kentang dikupas untuk menghilangkan kulit luarnya.

c. Tahap pencucian pertama

Setelah dikupas kentang masih harus dicuci lagi untuk menghilangkan kotoran sebelum kentang dipotong.

d. Tahap pemotongan

Setelah kentang dicuci dan dikupas bersih tahap berikutnya adalah melakukan tahap pemotongan. Kentang dipotong tipis-tipis menjadi beberapa bagian agar mudah dikeringkan.

e. Tahap perendaman

Setelah kentang dipotong menjadi bagian tipis-tipis maka irisan kentang harus direndam dengan air dan beberapa sendok air gasing. Hal ini dilakukan bertujuan untuk menghilangkan getah yang menempel pada bagian dalam kentang.

f. Tahap pencucian kedua

Setelah irisan kentang direndam dan dihilangkan getahnya maka irisan kentang harus dicuci untuk menghilangkan kotoran sisa rengaman air kapur dan dihilangkan dari sisa pati kentang itu sendiri. Pati kentang merupakan endapan sisa perendaman yang dihasilkan dari irisan kentang. Pati kentang biasanya dimanfaatkan untuk pakan ternak.

g. Tahap penjemuran

Setelah kentang bersih tahap berikutnya adalah melakukan proses penjemuran. Untuk mempertahankan rasa asli kentang, pemilik memilih melakukan proses penjemuran secara manual yaitu dengan memanfaatkan cahaya dari sinar matahari. Penjemuran dengan tingkat terik sinar matahari yang tinggi biasanya memakan waktu dua

sampai tiga hari. Jika keadaan cuaca mendung maka penjemuran dapat memakan waktu lebih dari tiga hari.

h. Tahap penggorengan

Setelah penjemuran selesai tahap berikutnya adalah melakukan kegiatan penggorengan. Hal ini karena produk olahan keripik kentang pada UKM Agronas Gizi Food menggunakan bahan alami dan tanpa pengawet makanan, jadi keripik yang sudah digoreng tidak dapat bertahan lebih lama seperti keripik kentang mentah yang dapat bertahan sampai tiga tahun.

i. Tahap pengemasan

Tahap pengemasan merupakan tahap akhir dari kegiatan produksi keripik kentang baik keripik kentang matang maupun keripik kentang yang sudah matang. Kedua produk tersebut dikemas dengan plastik kemasan yang sama baik dari segi ukuran dan ketebalannya.

4.2 Pembahasan

Seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa peneliti akan meneliti bagaimana cara menerapkan metode target costing pada UKM *Agronas Gizi Food* dan peneliti ingin mengetahui apakah penerapan target costing cocok diterapkan di UKM tersebut dalam menetapkan harga jual dan supaya dapat mengurangi biaya produksi sehingga laba usaha tersebut dapat optimal. Berikut merupakan teknis analisis data yang dilakukan dalam penelitian yang berdasarkan bab III:

4.2.1 Tahap pertama yang dilakukan peneliti yakni reduksi data.

Reduksi data adalah mengumpulkan dan mengelompokkan data mengenai perusahaan dan semua permasalahan yang dihadapi perusahaan.

Data-data yang diperlukan dalam penerapan target costing adalah:

a. Tingkat Produksi Keripik Kentang UKM Agronas Gizi Food selama Satu Tahun

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak “X” kepala bagian produksi pada tanggal 16 februari 2016 jam 09.00 WIB yang lalu, data produksi UKM Agronas *Gizi Food* tahun 2015 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Tingkat Produksi Keripik Kentang
Tahun 2015

| Bulan | Bahan Baku Kentang (Kg) |
|--------------|-------------------------|
| Januari | 5600 |
| Februari | 5600 |
| Maret | 5600 |
| April | 5600 |
| Mei | 5600 |
| Juni | 11200 |
| Juli | 11200 |
| Agustus | 5600 |
| September | 5600 |
| Oktober | 5600 |
| November | 5600 |
| Desember | 11200 |
| Total | 84000 |

Sumber: UKM Agronas Gizi Food , 2015

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan tingkat produksi selama satu tahun adalah sebanyak 84.000 Kg atau 84 ton dalam setahunnya. Kapasitas produksi normal adalah 5.600 Kg perbulan atau 5,6 ton dalam sebulannya. UKM menentukan produksi normal senilai 5.600 Kg atau 5,6 ton tersebut berdasarkan permintaan pelanggan. UKM Agronas Gizi Food mempunyai pelanggan tetap. Pelanggan UKM Agronas Gizi Food sudah merambah ke luar kota seperti Surabaya, Yogyakarta dan Jakarta. Meskipun seperti itu permintaan keripik kentang pun juga tetap. Dan untuk kapasitas produksi tertinggi adalah 11.200 Kg perbulan atau 11,2 ton dalam sebulannya. Hal ini merupakan dua kali lipat dari produksi normal. Hal ini dilakukan karena permintaan pada bulan-bulan tersebut sangat tinggi.

Pada bulan normal UKM dapat memproduksi 200 Kg kentang menjadi keripik kentang setiap harinya. Sedangkan untuk bulan-bulan tertentu seperti pada bulan ramadhan, tahun baru, natal dan bulan-bulan istimewa lain UKM dapat memproduksi dengan kapasitas produksi tertinggi yaitu 400 Kg atau 2 kali lipat pada produksi normal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak "X" kepala bagian produksi pada tanggal 16 februari tahun 2016 jam 09.10 lalu, setiap satu kilogram kentang mentah dapat menghasilkan 120 gram keripik kentang. Berikut merupakan hasil produksi keripik kentang selama tahun 2015:

Tabel 4.2
Hasil Produksi Keripik Kentang
Tahun 2015

| Bulan | Bahan Baku Kentang (KG) | Keripik Kentang (KG) |
|------------------|--------------------------------|-----------------------------|
| Januari | 5600 | 672 |
| Februari | 5600 | 672 |
| Maret | 5600 | 672 |
| April | 5600 | 672 |
| Mei | 5600 | 672 |
| Juni | 11200 | 1344 |
| Juli | 11200 | 1344 |
| Agustus | 5600 | 672 |
| September | 5600 | 672 |
| Oktober | 5600 | 672 |
| November | 5600 | 672 |
| Desember | 11200 | 1344 |

Sumber: UKM Agronas Gizi Food , 2015

Dari table 4.2 dapat dilihat bahwa setiap satu kilogram kentang mentah dapat menghasilkan sekitar 120 gram keripik kentang. Dalam kapasitas normal selama satu bulan UKM Agronas Gizi Food dapat mengolah kentang mentah sebanyak 5.600 Kg menjadi keripik kentang dengan berat kering sekitar 672.000 gram atau sebesar 672 Kg. sedangkan dalam bulan-bulan tertentu dengan pesanan yang tinggi UKM Agronas Gizi Food dapat menghasilkan 1.344.000 gram atau 1.344 Kg keripik kentang kering dari 11.200 Kg bahan dasar kentang mentah. Jadi selama tahun 2015 UKM Agronas Gizi Food

dapat mengolah 84.000 Kg atau 84 ton kentang mentah menjadi 10,08 ton keripik kentang kering.

b. Biaya-biaya

1. Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya bahan baku langsung merupakan bagian dari biaya produksi. Dimana biaya bahan baku merupakan prioritas utama dalam kegiatan produksi. Untuk mengetahui berapa biaya yang harus dikeluarkan oleh UKM Agronas Gizi Food untuk memproduksi keripik kentang maka langkah pertama harus menghitung berapa biaya variabel bahan baku langsung. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UKM Agronas Gizi Food disebutkan bahwa untuk pembelian bahan baku kentang dilakukan setiap seminggu sekali. Hal ini dilakukan karena *supplier* atau pemasok bahan baku kentang berasal wilayah Kota Batu dan berasal daerah Tengger Bromo Jawa Timur. Sehingga pembelian pun dilakukan selama seminggu sekali.

Berikut merupakan tabel pembelian bahan baku kentang UKM Agronas Gizi Food selama tahun 2015:

Tabel 4.3
Harga Beli Bahan Baku Kentang
Periode 2015

| Tanggal Pembelian | Harga Per Kg | Kuantitas (Kg) | Total |
|-----------------------------------|---------------------|-----------------------|----------------------|
| 01-Jan-15 | Rp 8.200 | 1.400 | Rp 11.480.000 |
| 09-Jan-15 | Rp 8.450 | 1.400 | Rp 11.830.000 |
| 21-Jan-15 | Rp 8.600 | 1.400 | Rp 12.040.000 |
| 27-Jan-15 | Rp 8.500 | 1.400 | Rp 11.900.000 |
| Januari | | | Rp 47.250.000 |
| 04-Feb-15 | Rp 8.500 | 1.400 | Rp 11.900.000 |
| 12-Feb-15 | Rp 8.200 | 1.400 | Rp 11.480.000 |
| 18-Feb-15 | Rp 8.700 | 1.400 | Rp 12.180.000 |
| 28-Feb-15 | Rp 8.900 | 1.400 | Rp 12.460.000 |
| Februari | | | Rp 48.020.000 |
| 07-Mar-15 | Rp 9.000 | 1.400 | Rp 12.600.000 |
| 14-Mar-15 | Rp 9.200 | 1.400 | Rp 12.880.000 |
| 20-Mar-15 | Rp 9.400 | 1.400 | Rp 13.160.000 |
| 28-Mar-15 | Rp 9.000 | 1.400 | Rp 12.600.000 |
| Maret | | | Rp 51.240.000 |
| 07-Apr-15 | Rp 8.800 | 1.400 | Rp 12.320.000 |
| 13-Apr-15 | Rp 8.350 | 1.400 | Rp 11.690.000 |
| 21-Apr-15 | Rp 8.000 | 1.400 | Rp 11.200.000 |
| 29-Apr-15 | Rp 8.250 | 1.400 | Rp 11.550.000 |
| April | | | Rp 46.760.000 |
| Berlanjut pada halaman berikutnya | | | |

Sumber: Data Olahan, 2016

Tabel 4.3
Harga Beli Bahan Baku Kentang (Lanjutan)
Periode 2015

| Tanggal Pembelian | Harga Per | Kuantitas (Kg) | Total |
|-----------------------------------|-----------|----------------|----------------------|
| 05-May-15 | Rp 8.000 | 1.400 | Rp 11.200.000 |
| 13-May-15 | Rp 7.800 | 1.400 | Rp 10.920.000 |
| 19-May-15 | Rp 7.850 | 1.400 | Rp 10.990.000 |
| 25-May-15 | Rp 7.900 | 1.400 | Rp 11.060.000 |
| May | | | Rp 44.170.000 |
| 06-Jun-15 | Rp 7.950 | 2.800 | Rp 22.260.000 |
| 14-Jun-15 | Rp 8.100 | 2.800 | Rp 22.680.000 |
| 20-Jun-15 | Rp 8.050 | 2.800 | Rp 22.540.000 |
| 29-Jun-15 | Rp 7.950 | 2.800 | Rp 22.260.000 |
| Juni | | | Rp 89.740.000 |
| 08-Jul-15 | Rp 8.200 | 2.800 | Rp 22.960.000 |
| 13-Jul-15 | Rp 8.150 | 2.800 | Rp 22.820.000 |
| 19-Jul-15 | Rp 8.000 | 2.800 | Rp 22.400.000 |
| 29-Jul-15 | Rp 8.200 | 2.800 | Rp 22.960.000 |
| Juli | | | Rp 91.140.000 |
| 06-Aug-15 | Rp 8.000 | 1.400 | Rp 11.200.000 |
| 13-Aug-15 | Rp 8.150 | 1.400 | Rp 11.410.000 |
| 21-Aug-15 | Rp 8.000 | 1.400 | Rp 11.200.000 |
| 31-Aug-15 | Rp 8.200 | 1.400 | Rp 11.480.000 |
| Agustus | | | Rp 45.290.000 |
| Berlanjut pada halaman berikutnya | | | |

Sumber: Data Olahan, 2016

Tabel 4.3
Harga Beli Bahan Baku Kentang (Lanjutan)
Periode 2015

| Tanggal Pembelian | Harga Per | Kuantitas (Kg) | Total |
|--------------------------|------------------|-----------------------|-----------------------|
| 26-Sep-15 | Rp 8.200 | 1.400 | Rp 11.480.000 |
| 27-Sep-15 | Rp 8.400 | 1.400 | Rp 11.760.000 |
| 28-Sep-15 | Rp 8.000 | 1.400 | Rp 11.200.000 |
| 29-Sep-15 | Rp 8.200 | 1.400 | Rp 11.480.000 |
| September | | | Rp 45.920.000 |
| 04-Oct-15 | Rp 8.500 | 1.400 | Rp 11.900.000 |
| 14-Oct-15 | Rp 8.750 | 1.400 | Rp 12.250.000 |
| 20-Oct-15 | Rp 8.500 | 1.400 | Rp 11.900.000 |
| 29-Oct-15 | Rp 9.000 | 1.400 | Rp 12.600.000 |
| Oktober | | | Rp 48.650.000 |
| 07-Nov-15 | Rp 9.300 | 1.400 | Rp 13.020.000 |
| 12-Nov-15 | Rp 9.350 | 1.400 | Rp 13.090.000 |
| 20-Nov-15 | Rp 9.800 | 1.400 | Rp 13.720.000 |
| 26-Nov-15 | Rp 9.500 | 1.400 | Rp 13.300.000 |
| November | | | Rp 53.130.000 |
| 09-Dec-15 | Rp 9.850 | 2.800 | Rp 27.580.000 |
| 17-Dec-15 | Rp 9.900 | 2.800 | Rp 27.720.000 |
| 25-Dec-15 | Rp 10.500 | 2.800 | Rp 29.400.000 |
| 31-Dec-15 | Rp 11.000 | 2.800 | Rp 30.800.000 |
| Desember | | | Rp 115.500.000 |
| Total | | | Rp 726.810.000 |

Sumber: Data Olahan, 2016

Dari tabel keterangan 4.3, menunjukkan bahwa perusahaan dalam sebulan melakukan pembelian sebanyak 4 kali atau seminggu sekali dan untuk harga dari bahan baku atau kentangnya bersifat fluktuatif. Terkadang mengalami kenaikan dan terkadang mengalami penurunan. Untuk harga beli bahan baku kentang terendah terjadi pada bulan Mei minggu kedua yakni dengan harga Rp 7.800 per Kg. Sedangkan untuk harga beli bahan baku kentang dengan harga tertinggi terjadi pada bulan Desember (akhir tahun)

yakni bernilai Rp 11.000 per Kg nya. Dalam hal ini UKM Agronas Gizi Food melakukan pembelian kuantitas bahan baku kentang sama dengan minggu sebelumnya yaitu 1.400 kg per minggunya kecuali pada bulan-bulan tertentu. Bulan yang dianggap permintaan akan keripik kentang akan lebih banyak itu seperti pada bulan ramadhan, hari-hari raya umat beragama dan tahun baru kuantitasnya mencapai dua kali lipat kapasitas normal yaitu 2.800 kg. Total pengeluaran perusahaan untuk pembelian bahan baku pada tahun 2015 yakni sebesar Rp. 726.880.000 dengan total kuantitas kentang 84.000 Kg.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya produksi lain yang dikeluarkan oleh UKM Agronas *Gizi Food* adalah biaya tenaga kerja langsung. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak "X" kepala bagian produksi pada tanggal 16 februari 2016 jam 09.15 mendapatkan hasil bahwa untuk biaya tenaga kerja langsung dalam UKM ini adalah bagian produksi dan bagian pengemasan. Total tenaga kerja langsung ini sebanyak 11 orang. Yang terdiri dari 7 orang pada bagian produksi (pengupasan, pengirisan, penjemuran dan penggorengan) dan 4 orang pada bagian pengemasan. Jam kerja serta upah untuk tenaga kerja langsung ini adalah @ 8jam mendapatkan Rp. 25.000 dan untuk @10jam kerja mendapatkan Rp. 35.000 per hari. Berikut rincian biaya tenaga kerja langsung :

Tabel 4.4
Biaya Tenaga Kerja Langsung
Tahun 2015

| Bulan | Bagian | Hari Kerja | Jumlah Pekerja | Upah Pekerja | Total |
|------------------|------------|------------|----------------|--------------|----------------------|
| Januari | Produksi | 28 | 7 | Rp25.000 | Rp4.900.000 |
| | Pengemasan | 28 | 4 | Rp25.000 | Rp2.800.000 |
| Februari | Produksi | 28 | 7 | Rp25.000 | Rp4.900.000 |
| | Pengemasan | 28 | 4 | Rp25.000 | Rp2.800.000 |
| Maret | Produksi | 28 | 7 | Rp25.000 | Rp4.900.000 |
| | Pengemasan | 28 | 4 | Rp25.000 | Rp2.800.000 |
| April | Produksi | 28 | 7 | Rp25.000 | Rp4.900.000 |
| | Pengemasan | 28 | 4 | Rp25.000 | Rp2.800.000 |
| Mei | Produksi | 28 | 7 | Rp25.000 | Rp4.900.000 |
| | Pengemasan | 28 | 4 | Rp25.000 | Rp2.800.000 |
| Juni | Produksi | 28 | 7 | Rp35.000 | Rp6.860.000 |
| | Pengemasan | 28 | 4 | Rp35.000 | Rp3.920.000 |
| Juli | Produksi | 28 | 7 | Rp35.000 | Rp6.860.000 |
| | Pengemasan | 28 | 4 | Rp35.000 | Rp3.920.000 |
| Agustus | Produksi | 28 | 7 | Rp25.000 | Rp4.900.000 |
| | Pengemasan | 28 | 4 | Rp25.000 | Rp2.800.000 |
| September | Produksi | 28 | 7 | Rp25.000 | Rp4.900.000 |
| | Pengemasan | 28 | 4 | Rp25.000 | Rp2.800.000 |
| Oktober | Produksi | 28 | 7 | Rp25.000 | Rp4.900.000 |
| | Pengemasan | 28 | 4 | Rp25.000 | Rp2.800.000 |
| November | Produksi | 28 | 7 | Rp25.000 | Rp4.900.000 |
| | Pengemasan | 28 | 4 | Rp25.000 | Rp2.800.000 |
| Desember | Produksi | 28 | 7 | Rp35.000 | Rp6.860.000 |
| | Pengemasan | 28 | 4 | Rp35.000 | Rp3.920.000 |
| Total | | | | | Rp101.640.000 |

Sumber: UKM Agronas Gizi Food , 2015

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa selama tahun 2015 ini, UKM Agronas Gizi Food dalam memproduksi sebanyak 10.080 kg keripik mentah ini tenaga kerja langsung melakukan pekerjaannya pada saat produksi normal yakni 8 jam kerja setiap hari dengan upah Rp 25.000 biaya untuk

tenaga kerja langsung adalah Sehingga setiap harinya UKM Agronas Gizi Food mengeluarkan biaya sebesar Rp 275.000 yakni (11 * Rp 25.000) Sedangkan pada bulan-bulan tertentu seperti bulan Juni, Juli dan Agustus tenaga kerja langsung ini mendapatkan upah Rp 35.000 per hari karena dapat bekerja selama 10 jam kerja tiap harinya sehingga pada bulan-bulan tertentu setiap harinya UKM Agronas Gizi Food mengeluarkan biaya Rp 385.000 Sehingga selama tahun 2015 UKM Agronas Gizi Food dapat mengeluarkan biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 101.640.000.

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya Produksi yang ketiga adalah Biaya Overhead Pabrik (BOP). Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu “ M” salah satu staff bagian administrasi pada tanggal 16 februari 2016 jam 09.15, biaya overhead pabrik ini dibagi menjadi tiga yakni biaya overhead pabrik variabel, biaya overhead pabrik semivariabel dan biaya overhead pabrik tetap. Berikut merupakan daftar biaya overhead pabrik variabel:

a. Biaya Overhead Pabrik Variabel

1) Biaya Bahan Penolong

Biaya bahan penolong dalam hal ini terdiri dari bumbu-bumbu. Untuk bumbu-bumbu itu sendiri terdiri dari beberapa macam yakni bawang putih, garam dan bumbu yang dirahasiakan oleh pemilik. Sama halnya dengan biaya bahan baku kentang biaya bahan penolong yang terdiri dari bawang putih, garam dan bumbu yang dirahasiakan tersebut pembeliaannya juga dilakukan setiap seminggu sekali. Berikut

merupakan daftar tabel biaya bahan penolong tahun 2015 di UKM

Agronas Gizi Food:

Tabel 4.5
Biaya Bahan Penolong
Tahun 2015

| Tanggal | Biaya Bahan Penolong | | | Total Biaya |
|-----------------|----------------------|------------------|--------------------|--------------------|
| | Bumbu-Bumbu | | | |
| | Bawang Putih | Garam | Bumbu Rahasia | Bahan Penolong |
| 01-Jan-15 | Rp784.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp1.085.000 |
| 09-Jan-15 | Rp728.000 | Rp35.000 | Rp273.000 | Rp1.036.000 |
| 21-Jan-15 | Rp700.000 | Rp35.000 | Rp280.000 | Rp1.015.000 |
| 27-Jan-15 | Rp672.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp973.000 |
| Januari | Rp2.884.000 | Rp140.000 | Rp1.085.000 | Rp4.109.000 |
| 04-Feb-15 | Rp504.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp805.000 |
| 12-Feb-15 | Rp588.000 | Rp35.000 | Rp280.000 | Rp903.000 |
| 18-Feb-15 | Rp560.000 | Rp35.000 | Rp273.000 | Rp868.000 |
| 28-Feb-15 | Rp616.000 | Rp35.000 | Rp280.000 | Rp931.000 |
| Februari | Rp2.268.000 | Rp140.000 | Rp1.099.000 | Rp3.507.000 |
| 07-Mar-15 | Rp476.000 | Rp35.000 | Rp280.000 | Rp791.000 |
| 14-Mar-15 | Rp644.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp945.000 |
| 20-Mar-15 | Rp588.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp889.000 |
| 28-Mar-15 | Rp588.000 | Rp35.000 | Rp280.000 | Rp903.000 |
| Maret | Rp2.296.000 | Rp140.000 | Rp1.092.000 | Rp3.528.000 |
| 07-Apr-15 | Rp560.000 | Rp35.000 | Rp294.000 | Rp889.000 |
| 13-Apr-15 | Rp588.000 | Rp35.000 | Rp280.000 | Rp903.000 |
| 21-Apr-15 | Rp448.000 | Rp35.000 | Rp294.000 | Rp777.000 |
| 29-Apr-15 | Rp504.000 | Rp35.000 | Rp280.000 | Rp819.000 |
| April | Rp2.100.000 | Rp140.000 | Rp1.148.000 | Rp3.388.000 |
| 05-May-15 | Rp504.000 | Rp35.000 | Rp280.000 | Rp819.000 |
| 13-May-15 | Rp532.000 | Rp35.000 | Rp273.000 | Rp840.000 |
| 19-May-15 | Rp490.000 | Rp35.000 | Rp280.000 | Rp805.000 |
| 25-May-15 | Rp448.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp749.000 |
| May | Rp1.974.000 | Rp140.000 | Rp1.099.000 | Rp3.213.000 |

Berlanjut pada halaman berikutnya

Sumber: UKM Agronas Gizi Food, 2015

Tabel 4.5
Biaya Bahan Penolong (Lanjutan)
Tahun 2015

| Tanggal | Biaya Bahan Penolong | | | Total Biaya |
|------------------|----------------------|------------------|--------------------|--------------------|
| | Bumbu-Bumbu | | | |
| | Bawang Putih | Garam | Bumbu Rahasia | Bahan Penolong |
| 06-Jun-15 | Rp1.232.000 | Rp70.000 | Rp532.000 | Rp1.834.000 |
| 14-Jun-15 | Rp1.288.000 | Rp70.000 | Rp546.000 | Rp1.904.000 |
| 20-Jun-15 | Rp1.176.000 | Rp70.000 | Rp546.000 | Rp1.792.000 |
| 29-Jun-15 | Rp1.120.000 | Rp70.000 | Rp560.000 | Rp1.750.000 |
| Juni | Rp4.816.000 | Rp280.000 | Rp2.184.000 | Rp7.280.000 |
| 08-Jul-15 | Rp1.120.000 | Rp70.000 | Rp560.000 | Rp1.750.000 |
| 13-Jul-15 | Rp1.176.000 | Rp70.000 | Rp532.000 | Rp1.778.000 |
| 19-Jul-15 | Rp1.232.000 | Rp70.000 | Rp546.000 | Rp1.848.000 |
| 29-Jul-15 | Rp1.176.000 | Rp70.000 | Rp560.000 | Rp1.806.000 |
| Juli | Rp4.704.000 | Rp280.000 | Rp2.198.000 | Rp7.182.000 |
| 06-Aug-15 | Rp504.000 | Rp35.000 | Rp252.000 | Rp791.000 |
| 13-Aug-15 | Rp448.000 | Rp35.000 | Rp259.000 | Rp742.000 |
| 21-Aug-15 | Rp504.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp805.000 |
| 31-Aug-15 | Rp532.000 | Rp35.000 | Rp280.000 | Rp847.000 |
| Agustus | Rp1.988.000 | Rp140.000 | Rp1.057.000 | Rp3.185.000 |
| 26-Sep-15 | Rp448.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp749.000 |
| 27-Sep-15 | Rp504.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp805.000 |
| 28-Sep-15 | Rp504.000 | Rp35.000 | Rp280.000 | Rp819.000 |
| 29-Sep-15 | Rp532.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp833.000 |
| September | Rp1.988.000 | Rp140.000 | Rp1.078.000 | Rp3.206.000 |
| 04-Oct-15 | Rp504.000 | Rp35.000 | Rp280.000 | Rp819.000 |
| 14-Oct-15 | Rp588.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp889.000 |
| 20-Oct-15 | Rp532.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp833.000 |
| 29-Oct-15 | Rp560.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp861.000 |
| Oktober | Rp2.184.000 | Rp140.000 | Rp1.078.000 | Rp3.402.000 |

Berlanjut pada halaman berikutnya

Sumber: UKM Agronas Gizi Food, 2015

Tabel 4.5
Biaya Bahan Penolong (Lanjutan)
Tahun 2015

| Tanggal | Biaya Bahan Penolong | | | Total Biaya |
|-----------------|----------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| | Bumbu-Bumbu | | | |
| | Bawang Putih | Garam | Bumbu Rahasia | Bahan Penolong |
| 07-Nov-15 | Rp560.000 | Rp35.000 | Rp273.000 | Rp868.000 |
| 12-Nov-15 | Rp588.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp889.000 |
| 20-Nov-15 | Rp532.000 | Rp35.000 | Rp266.000 | Rp833.000 |
| 26-Nov-15 | Rp588.000 | Rp35.000 | Rp273.000 | Rp896.000 |
| November | Rp2.268.000 | Rp140.000 | Rp1.078.000 | Rp3.486.000 |
| 09-Dec-15 | Rp1.176.000 | Rp70.000 | Rp546.000 | Rp1.792.000 |
| 17-Dec-15 | Rp1.232.000 | Rp70.000 | Rp532.000 | Rp1.834.000 |
| 25-Dec-15 | Rp1.232.000 | Rp70.000 | Rp546.000 | Rp1.848.000 |
| 31-Dec-15 | Rp1.176.000 | Rp70.000 | Rp539.000 | Rp1.785.000 |
| Desember | Rp4.816.000 | Rp280.000 | Rp2.163.000 | Rp7.259.000 |
| Total | Rp29.470.000 | Rp2.100.000 | Rp16.359.000 | Rp47.929.000 |

Sumber: UKM Agronas Gizi Food, 2016

Keterangan Biaya Bahan Penolong:

- i. Dalam sekali produksi normal UKM ini dapat menghabiskan 4 kg bawang putih yang harganya berkisar dari Rp.16.000 sampai dengan Rp. 23.000/kg. UKM ini selalu berbelanja setiap seminggu sekali. Oleh karena itu, UKM belum dapat memprediksi harga bawang putih yang harganya kadang tidak stabil. Produksi normal dalam seminggu UKM dapat menghabiskan biaya berkisar Rp.450.000 sampai dengan Rp 650.000. Sedangkan dibulan-bulan tertentu berkisar antara Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 1.250.000

Sehingga dalam setahun UKM ini dapat menghabiskan biaya bawang putih sebesar Rp. 29.470.000

- ii. Untuk penggunaan garam dalam kapasitas produksi normal, UKM dapat menghabiskan 4-5 bungkus garam dengan harga perbungkusnya Rp.1.000. Sedangkan pada bulan-bulan tertentu UKM dapat menghabiskan biaya dua kali lipat. Dalam hal ini harga dari garam kebetulan tidak berubah dari bulan ke bulan meskipun demikian harga garam termasuk kedalam biaya variabel karena sebelum-sebelumnya mengalami perubahan harga dari masa ke masa. Pada bulan dengan produksi normal biaya garam yang dikeluarkan oleh UKM Agronas Gizi Food adalah Rp 140.00 sedangkan pada bulan-bulan tertentu menghabiskan biaya untuk menggunakan garam sebesar 2 kali lipatnya yakni Rp 280.000 Sehingga biaya garam selama tahun 2015 yaitu Rp. 2.100.000
- iii. Selanjutnya bahan penolong yang ketiga yakni bumbu-bumbu yang dirahasiakan oleh pemilik. Dalam sekali produksi pada bulan produksi normal, bumbu-bumbu yang dirahasiakan oleh pemilik dapat menghabiskan biaya Rp. 38.000- Rp. 50.000. Bulan yang mengeluarkan biaya untuk penggunaan bumbu-bumbu yang dirahasiakan terbesar yakni pada bulan November dengan biaya tiap minggunya mencapai Rp265.000 sampai dengan Rp 275.000 Sedangkan pada bulan-bulan tertentu biaya bumbu-bumbu yang dirahasiakan oleh pemiliknya mencapai Rp 520.000 sampai dengan

Rp 550.000 setiap minggunya. Sehingga total biaya bahan penolong bumbu-bumbu yang dirahasiakan oleh pemiliknya dalam tahun 2015 Rp. 16.359.000.

- iv. Total biaya penolong selama tahun 2015 yaitu Rp. 47.929.000 dengan rincian biaya bawang putih sebesar Rp Rp. 29.470.000, biaya garam sebesar Rp 2.100.000 dan biaya bumbu-bumbu yang dirahasiakan oleh pemiliknya sebesar Rp 16.359.000

2) Biaya kemasan

Setiap kemasan keripik kentang yang dijual menggunakan kemasan plastik ukuran 1 Kg dengan harga per biji senilai Rp. 1000. Dalam hal ini harga dari kemasan tiap minggu dan bulannya sama. Akan tetapi, biaya tersebut termasuk ke dalam biaya variabel karena pada tahun sebelumnya mengalami perubahan harga. Dan harga tersebut sangat berpengaruh pada kuantitas barang atau bahan yang dibeli. Jika produksi selama satu bulan menghabiskan bahan baku kentang sebanyak 5.600 Kg dan menghasilkan keripik kentang sebanyak 672 Kg maka kebutuhan kemasan yang dibutuhkan oleh UKM Agronas Gizi Food adalah 672 bungkus. Sehingga biaya kemasan yang harus dikeluarkan pada kapasitas produksi normal adalah sebanyak Rp.672.000 per bulan. Sedangkan pada bulan-bulan tertentu dengan tingkat produksi dua kali lipat dari produksi normal dapat menghabiskan biaya Rp 1.344.000 per bulannya. Sehingga dalam satu

tahun UKM ini menghabiskan 10,08 ton untuk itu total biaya kemasan selama satu tahun adalah Rp. 10.080.000 (10.080 kg * 1000).

3) Biaya Gas LPG dan Biaya Minyak Goreng

Tabel 4.5
Biaya Gas LPG dan Minyak Goreng
Tahun 2015

| Tanggal | Gas LPG | | | Minyak Goreng | | |
|-----------------|-----------------|------------|--------------------|-----------------|------------|--------------------|
| Tanggal | Harga | Unit | Total | Harga | Liter | Total |
| 01-Jan-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp15.500 | 126 | Rp1.953.000 |
| 09-Jan-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp15.500 | 126 | Rp1.953.000 |
| 21-Jan-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp15.500 | 126 | Rp1.953.000 |
| 27-Jan-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp15.500 | 126 | Rp1.953.000 |
| Januari | Rp62.000 | 280 | Rp4.340.000 | Rp62.000 | 504 | Rp7.812.000 |
| 04-Feb-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp15.000 | 126 | Rp1.890.000 |
| 12-Feb-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp15.000 | 126 | Rp1.890.000 |
| 18-Feb-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp15.000 | 126 | Rp1.890.000 |
| 28-Feb-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp15.000 | 126 | Rp1.890.000 |
| Februari | Rp62.000 | 280 | Rp4.340.000 | Rp60.000 | 504 | Rp7.560.000 |
| 07-Mar-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp15.800 | 126 | Rp1.990.800 |
| 14-Mar-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp15.800 | 126 | Rp1.990.800 |
| 20-Mar-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp15.800 | 126 | Rp1.990.800 |
| 28-Mar-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp15.800 | 126 | Rp1.990.800 |
| Maret | Rp62.000 | 280 | Rp4.340.000 | Rp63.200 | 504 | Rp7.963.200 |
| 07-Apr-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp16.000 | 126 | Rp2.016.000 |
| 13-Apr-15 | Rp15.500 | 70 | Rp1.085.000 | Rp16.000 | 126 | Rp2.016.000 |
| 21-Apr-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp16.000 | 126 | Rp2.016.000 |
| 29-Apr-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp16.000 | 126 | Rp2.016.000 |
| April | Rp63.000 | 280 | Rp4.410.000 | Rp64.000 | 504 | Rp8.064.000 |

Berlanjut pada halaman berikutnya

Sumber: UKM Agronas Gizi Food, 2015

Tabel 4.5
Biaya Gas LPG dan Minyak Goreng (Lanjutan)
Tahun 2015

| Tanggal | Gas LPG | | | Minyak Goreng | | |
|------------------|-----------------|------------|--------------------|-----------------|-------------|---------------------|
| | Harga | Unit | Total | Harga | Liter | Total |
| 05-May-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp16.200 | 126 | Rp2.041.200 |
| 13-May-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp16.200 | 126 | Rp2.041.200 |
| 19-May-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp16.200 | 126 | Rp2.041.200 |
| 25-May-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp16.200 | 126 | Rp2.041.200 |
| Mei | Rp64.000 | 280 | Rp4.480.000 | Rp64.800 | 504 | Rp8.164.800 |
| 06-Jun-15 | Rp16.000 | 140 | Rp2.240.000 | Rp15.900 | 252 | Rp4.006.800 |
| 14-Jun-15 | Rp16.000 | 140 | Rp2.240.000 | Rp15.900 | 252 | Rp4.006.800 |
| 20-Jun-15 | Rp16.000 | 140 | Rp2.240.000 | Rp15.900 | 252 | Rp4.006.800 |
| 29-Jun-15 | Rp16.000 | 140 | Rp2.240.000 | Rp15.900 | 252 | Rp4.006.800 |
| Juni | Rp64.000 | 560 | Rp8.960.000 | Rp63.600 | 1008 | Rp16.027.200 |
| 08-Jul-15 | Rp16.000 | 140 | Rp2.240.000 | Rp16.100 | 252 | Rp4.057.200 |
| 13-Jul-15 | Rp16.000 | 140 | Rp2.240.000 | Rp16.100 | 252 | Rp4.057.200 |
| 19-Jul-15 | Rp16.000 | 140 | Rp2.240.000 | Rp16.100 | 252 | Rp4.057.200 |
| 29-Jul-15 | Rp16.000 | 140 | Rp2.240.000 | Rp16.100 | 252 | Rp4.057.200 |
| Juli | Rp64.000 | 560 | Rp8.960.000 | Rp64.400 | 1008 | Rp16.228.800 |
| 06-Aug-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.000 | 126 | Rp1.890.000 |
| 13-Aug-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.000 | 126 | Rp1.890.000 |
| 21-Aug-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.000 | 126 | Rp1.890.000 |
| 31-Aug-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.000 | 126 | Rp1.890.000 |
| Agustus | Rp64.000 | 280 | Rp4.480.000 | Rp60.000 | 504 | Rp7.560.000 |
| 26-Sep-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.500 | 126 | Rp1.953.000 |
| 27-Sep-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.500 | 126 | Rp1.953.000 |
| 28-Sep-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.500 | 126 | Rp1.953.000 |
| 29-Sep-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.500 | 126 | Rp1.953.000 |
| September | Rp64.000 | 280 | Rp4.480.000 | Rp62.000 | 504 | Rp7.812.000 |

Berlanjut pada halaman berikutnya

Sumber: UKM Agronas Gizi Food, 2015

Tabel 4.5
Biaya Gas LPG dan Minyak Goreng (Lanjutan)
Tahun 2015

| Tanggal | Gas LPG | | | Minyak Goreng | | |
|-----------------|------------------|--------------|---------------------|------------------|--------------|----------------------|
| | Harga | Unit | Total | Harga | Liter | Total |
| 04-Oct-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.800 | 126 | Rp1.990.800 |
| 14-Oct-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.800 | 126 | Rp1.990.800 |
| 20-Oct-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.800 | 126 | Rp1.990.800 |
| 29-Oct-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.800 | 126 | Rp1.990.800 |
| Oktober | Rp64.000 | 280 | Rp4.480.000 | Rp63.200 | 504 | Rp7.963.200 |
| 07-Nov-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.900 | 126 | Rp2.003.400 |
| 12-Nov-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.900 | 126 | Rp2.003.400 |
| 20-Nov-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.900 | 126 | Rp2.003.400 |
| 26-Nov-15 | Rp16.000 | 70 | Rp1.120.000 | Rp15.900 | 126 | Rp2.003.400 |
| November | Rp64.000 | 280 | Rp4.480.000 | Rp63.600 | 504 | Rp8.013.600 |
| 09-Dec-15 | Rp16.000 | 140 | Rp2.240.000 | Rp16.000 | 126 | Rp2.016.000 |
| 17-Dec-15 | Rp16.000 | 140 | Rp2.240.000 | Rp16.000 | 126 | Rp2.016.000 |
| 25-Dec-15 | Rp16.000 | 140 | Rp2.240.000 | Rp16.000 | 126 | Rp2.016.000 |
| 31-Dec-15 | Rp16.000 | 140 | Rp2.240.000 | Rp16.000 | 126 | Rp2.016.000 |
| Desember | Rp64.000 | 560 | Rp8.960.000 | Rp64.000 | 504 | Rp8.064.000 |
| Total | Rp761.000 | 4.200 | Rp66.710.000 | Rp754.800 | 7.056 | Rp111.232.800 |

Sumber: UKM Agronas Gizi Food, 2015

- a. Untuk penggunaan gas LPG setiap hari produksi normal menggunakan 10 gas LPG dengan berat 3 Kg. Hal ini disertai dengan penggunaan 10 kompor yang menyala untuk proses produksi. Untuk biaya setiap satu gas LPG berbeda-beda setiap bulannya. Harga berkisar dari Rp. 15.500- Rp. 16.000. Sehingga setiap satu minggu produksi normal biaya gas LPG berkisar Rp. 1.080.000- Rp. 1.120.000. Pada saat produksi normal tingkat biaya

terendah terjadi pada bulan Januari dengan tingkat harga Rp 15.500 per unitnya. Sedangkan untuk tingkat biaya tertinggi terjadi pada bulan Juni sampai Desember dengan harga Rp 16.000 per unitnya. Pada bulan-bulan tertentu, saat produksinya 2 kali lipat, maka biaya yang dikeluarkan untuk gas LPG dua kali lipatnya juga dengan harga Rp 16.000 per unitnya yang terjadi pada bulan Juni, Juli dan Desember. Sehingga pada tahun 2015 total biaya gas LPG yang dikeluarkan adalah Rp. 66.710.00 dengan 4200 unit gas LPG nya.

b. Biaya Minyak Goreng

Penggunaan minyak goreng dalam proses pembuatan keripik kentang ini setiap hari produksi normal menghabiskan 18 liter minyak goreng dengan harga berkisar Rp. 15.000- Rp. 16.000 per liternya. Sedangkan pada bulan-bulan tertentu saat permintaan produksi dua kali lipatnya maka, penggunaan minyak gorengnya juga dua kali lipat saat produksi normal yakni sekitar 36 liter. Sehingga pada tahun 2015, biaya minyak goreng yang dikeluarkan UKM Agronas Gizi Food adalah Rp. 111.232.800 dengan total minyak goreng 7056 liter.

4) Biaya Transport

Biaya transport di UKM ini relatif sedikit yakni berkisar Rp 5.960.000 pertahun mengingat suplier dan customer yang relatif dekat tempatnya. Meskipun sebenarnya UKM ini berbelanja atau membeli kebutuhan setiap

seminggu sekali. Tapi, UKM ini berbelanja di tempat yang tidak jauh dari Kota Batu itu sendiri.

2. Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel ini hanya terdiri dari biaya listrik, air dan telepon. Sebenarnya pembayaran biaya listrik, air dan telepon ini dilakukan setiap satu bulan sekali yakni Rp. 700.000. Dalam hal ini, biaya listrik, air dan telepon ini termasuk dalam biaya semivariabel dikarenakan sebenarnya biaya yang dibayar ini bersifat tetap. Namun, terkadang bisa juga berubah-ubah. Tergantung pada penggunaan. UKM Agronas Gizi Food ini tidak memerlukan banyak biaya untuk listrik, air dan telepon dikarenakan proses produksi yang dilakukan secara tradisional.

3. Biaya Tetap

Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian Ibu “M” salah satu staff bagian administrasi pada tanggal 18 Juni 2016 jam 09.00 yang termasuk kedalam biaya tetap di UKM Agronas Gizi Food hanyalah biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja tidak langsung ini digunakan untuk staff bagian administrasi. Pegawai dalam bidang administrasi di UKM Agronas Gizi Food ini terdapat dua karyawan saja. Setiap bulannya UKM mengeluarkan biaya untuk tenaga kerja tidak langsung ini sekitar Rp. 1.120.000 setiap satu karyawan selama satu bulan. Sehingga total biaya tenaga kerja tidak langsung yang dikeluarkan oleh UKM ini setiap satu bulan adalah Rp. 2.240.000 selama

satu bulan. Tahun 2015 ini total biaya tenaga kerja tidak langsung yang dibayar oleh UKM Agronas Gizi Food adalah Rp. 26.880.000



Tabel 4.6
Kalkulasi Biaya
Tahun 2015

| Tanggal | Biaya Variabel | | BOP Variabel | | | | B. Semivariabel | B. Tetap | Total |
|-----------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|------------------|--------------------|---------------------|
| | Biaya Bahan | Biaya Tenaga | Biaya Bahan | Gas LPG | Minyak | Kemasan | Listrik, Air & | Biaya Tenaga | |
| | Baku Langsung | Kerja Langsung | Penolong | | Goreng | | Telpon | Kerja Tdk Lngsng | |
| 01-Jan-15 | Rp11.480.000 | Rp1.925.000 | Rp1.085.000 | Rp1.085.000 | Rp1.953.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.431.000 |
| 09-Jan-15 | Rp11.830.000 | Rp1.925.000 | Rp1.036.000 | Rp1.085.000 | Rp1.953.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.732.000 |
| 21-Jan-15 | Rp12.040.000 | Rp1.925.000 | Rp1.015.000 | Rp1.085.000 | Rp1.953.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.921.000 |
| 27-Jan-15 | Rp11.900.000 | Rp1.925.000 | Rp973.000 | Rp1.085.000 | Rp1.953.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.739.000 |
| Januari | Rp47.250.000 | Rp7.700.000 | Rp4.109.000 | Rp4.340.000 | Rp7.812.000 | Rp672.000 | Rp700.000 | Rp2.240.000 | Rp74.823.000 |
| 04-Feb-15 | Rp11.900.000 | Rp1.925.000 | Rp805.000 | Rp1.085.000 | Rp1.890.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.508.000 |
| 12-Feb-15 | Rp11.480.000 | Rp1.925.000 | Rp903.000 | Rp1.085.000 | Rp1.890.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.186.000 |
| 18-Feb-15 | Rp12.180.000 | Rp1.925.000 | Rp868.000 | Rp1.085.000 | Rp1.890.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.851.000 |
| 28-Feb-15 | Rp12.460.000 | Rp1.925.000 | Rp931.000 | Rp1.085.000 | Rp1.890.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp19.194.000 |
| Februari | Rp48.020.000 | Rp7.700.000 | Rp3.507.000 | Rp4.340.000 | Rp7.560.000 | Rp672.000 | Rp700.000 | Rp2.240.000 | Rp74.739.000 |
| 07-Mar-15 | Rp12.600.000 | Rp1.925.000 | Rp791.000 | Rp1.085.000 | Rp1.990.800 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp19.294.800 |
| 14-Mar-15 | Rp12.880.000 | Rp1.925.000 | Rp945.000 | Rp1.085.000 | Rp1.990.800 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp19.728.800 |
| 20-Mar-15 | Rp13.160.000 | Rp1.925.000 | Rp889.000 | Rp1.085.000 | Rp1.990.800 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp19.952.800 |
| 28-Mar-15 | Rp12.600.000 | Rp1.925.000 | Rp903.000 | Rp1.085.000 | Rp1.990.800 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp19.406.800 |
| Maret | Rp51.240.000 | Rp7.700.000 | Rp3.528.000 | Rp4.340.000 | Rp7.963.200 | Rp672.000 | Rp700.000 | Rp2.240.000 | Rp78.383.200 |

Berlanjut pada halaman berikutnya

Sumber: UKM Agronas Gizi Food, 2015

Tabel 4.6
Kalkulasi Biaya (Lanjutan)
Tahun 2015

| Tanggal | Biaya Variabel | | BOP Variabel | | | | B. | B. Tetap | Total |
|--------------|---------------------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|------------------|--------------------|----------------------|
| | Biaya Bahan | Biaya Tenaga | Biaya Bahan | Gas LPG | Minyak | Kemasan | Listrik, Air & | Biaya Tenaga | |
| | Baku Langsung | Kerja Langsung | Penolong | | Goreng | | Telpon | Kerja Tdk Lngsng | |
| 07-Apr-15 | Rp12.320.000 | Rp1.925.000 | Rp889.000 | Rp1.085.000 | Rp2.016.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp19.138.000 |
| 13-Apr-15 | Rp11.690.000 | Rp1.925.000 | Rp903.000 | Rp1.085.000 | Rp2.016.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.522.000 |
| 21-Apr-15 | Rp11.200.000 | Rp1.925.000 | Rp777.000 | Rp1.120.000 | Rp2.016.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp17.941.000 |
| 29-Apr-15 | Rp11.550.000 | Rp1.925.000 | Rp819.000 | Rp1.120.000 | Rp2.016.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.333.000 |
| April | Rp46.760.000 | Rp7.700.000 | Rp3.388.000 | Rp4.410.000 | Rp8.064.000 | Rp672.000 | Rp700.000 | Rp2.240.000 | Rp73.934.000 |
| 05-May-15 | Rp11.200.000 | Rp1.925.000 | Rp819.000 | Rp1.120.000 | Rp2.041.200 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.008.200 |
| 13-May-15 | Rp10.920.000 | Rp1.925.000 | Rp840.000 | Rp1.120.000 | Rp2.041.200 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp17.749.200 |
| 19-May-15 | Rp10.990.000 | Rp1.925.000 | Rp805.000 | Rp1.120.000 | Rp2.041.200 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp17.784.200 |
| 25-May-15 | Rp11.060.000 | Rp1.925.000 | Rp749.000 | Rp1.120.000 | Rp2.041.200 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp17.798.200 |
| Mei | Rp44.170.000 | Rp7.700.000 | Rp3.213.000 | Rp4.480.000 | Rp8.164.800 | Rp672.000 | Rp700.000 | Rp2.240.000 | Rp71.339.800 |
| 06-Jun-15 | Rp22.260.000 | Rp2.695.000 | Rp1.834.000 | Rp2.240.000 | Rp4.006.800 | Rp336.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp34.106.800 |
| 14-Jun-15 | Rp22.680.000 | Rp2.695.000 | Rp1.904.000 | Rp2.240.000 | Rp4.006.800 | Rp336.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp34.596.800 |
| 20-Jun-15 | Rp22.540.000 | Rp2.695.000 | Rp1.792.000 | Rp2.240.000 | Rp4.006.800 | Rp336.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp34.344.800 |
| 29-Jun-15 | Rp22.260.000 | Rp2.695.000 | Rp1.750.000 | Rp2.240.000 | Rp4.006.800 | Rp336.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp34.022.800 |
| Juni | Rp89.740.000 | Rp10.780.000 | Rp7.280.000 | Rp8.960.000 | Rp16.027.200 | Rp1.344.000 | Rp700.000 | Rp2.240.000 | Rp137.071.200 |

Berlanjut pada halaman berikutnya

Sumber: Agronas Gizi Food, 2015

Tabel 4.6
Kalkulasi Biaya (Lanjutan)
Tahun 2015

| Tanggal | Biaya Variabel | | BOP Variabel | | | | B. Semivariabel | B. Tetap | Total |
|------------------|---------------------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|----------------------|
| | Biaya Bahan | Biaya Tenaga | Biaya Bahan | Gas LPG | Minyak | Kemasan | Listrik, Air & Telpon | Biaya Tenaga | |
| | Baku Langsung | Kerja Langsung | Penolong | | Goreng | | | Kerja Tdk Lngsng | |
| 08-Jul-15 | Rp22.960.000 | Rp2.695.000 | Rp1.750.000 | Rp2.240.000 | Rp4.057.200 | Rp336.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp34.773.200 |
| 13-Jul-15 | Rp22.820.000 | Rp2.695.000 | Rp1.778.000 | Rp2.240.000 | Rp4.057.200 | Rp336.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp34.661.200 |
| 19-Jul-15 | Rp22.400.000 | Rp2.695.000 | Rp1.848.000 | Rp2.240.000 | Rp4.057.200 | Rp336.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp34.311.200 |
| 29-Jul-15 | Rp23.100.000 | Rp2.695.000 | Rp1.806.000 | Rp2.240.000 | Rp4.057.200 | Rp336.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp34.969.200 |
| Juli | Rp91.280.000 | Rp10.780.000 | Rp7.182.000 | Rp8.960.000 | Rp16.228.800 | Rp1.344.000 | Rp700.000 | Rp2.240.000 | Rp138.714.800 |
| 06-Aug-15 | Rp11.200.000 | Rp1.925.000 | Rp791.000 | Rp1.120.000 | Rp1.890.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp17.829.000 |
| 13-Aug-15 | Rp11.410.000 | Rp1.925.000 | Rp742.000 | Rp1.120.000 | Rp1.890.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp17.990.000 |
| 21-Aug-15 | Rp11.200.000 | Rp1.925.000 | Rp805.000 | Rp1.120.000 | Rp1.890.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp17.843.000 |
| 31-Aug-15 | Rp11.480.000 | Rp1.925.000 | Rp847.000 | Rp1.120.000 | Rp1.890.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.165.000 |
| Agustus | Rp45.290.000 | Rp7.700.000 | Rp3.185.000 | Rp4.480.000 | Rp7.560.000 | Rp672.000 | Rp700.000 | Rp2.240.000 | Rp71.827.000 |
| 26-Sep-15 | Rp11.480.000 | Rp1.925.000 | Rp749.000 | Rp1.120.000 | Rp1.953.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.130.000 |
| 27-Sep-15 | Rp11.760.000 | Rp1.925.000 | Rp805.000 | Rp1.120.000 | Rp1.953.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.466.000 |
| 28-Sep-15 | Rp11.200.000 | Rp1.925.000 | Rp819.000 | Rp1.120.000 | Rp1.953.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp17.920.000 |
| 29-Sep-15 | Rp11.410.000 | Rp1.925.000 | Rp833.000 | Rp1.120.000 | Rp1.953.000 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.144.000 |
| September | Rp45.850.000 | Rp7.700.000 | Rp3.206.000 | Rp4.480.000 | Rp7.812.000 | Rp672.000 | Rp700.000 | Rp2.240.000 | Rp72.660.000 |

Berlanjut pada halaman berikutnya

Sumber: Agronas Gizi Food, 2016

Tabel 4.6
Kalkulasi Biaya (Lanjutan)
Tahun 2015

| Tanggal | Biaya Variabel | | BOP Variabel | | | | B. Semivariabel | B. Tetap | Total |
|-----------------|----------------------|----------------------|---------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-----------------------|-------------------------------|------------------------|
| | Biaya Bahan | Biaya Tenaga | Biaya Bahan | Gas LPG | Minyak | Kemasan | Listrik, Air & Telpon | Biaya Tenaga Kerja Tdk Lngsng | |
| | Baku Langsung | Kerja Langsung | Penolong | | Goreng | | | | |
| 04-Oct-15 | Rp11.900.000 | Rp1.925.000 | Rp819.000 | Rp1.120.000 | Rp1.990.800 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.657.800 |
| 14-Oct-15 | Rp12.250.000 | Rp1.925.000 | Rp889.000 | Rp1.120.000 | Rp1.990.800 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp19.077.800 |
| 20-Oct-15 | Rp11.900.000 | Rp1.925.000 | Rp833.000 | Rp1.120.000 | Rp1.990.800 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp18.671.800 |
| 29-Oct-15 | Rp12.600.000 | Rp1.925.000 | Rp861.000 | Rp1.120.000 | Rp1.990.800 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp19.399.800 |
| Oktober | Rp48.650.000 | Rp7.700.000 | Rp3.402.000 | Rp4.480.000 | Rp7.963.200 | Rp672.000 | Rp700.000 | Rp2.240.000 | Rp75.807.200 |
| 07-Nov-15 | Rp13.020.000 | Rp1.925.000 | Rp868.000 | Rp1.120.000 | Rp2.003.400 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp19.839.400 |
| 12-Nov-15 | Rp13.090.000 | Rp1.925.000 | Rp889.000 | Rp1.120.000 | Rp2.003.400 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp19.930.400 |
| 20-Nov-15 | Rp13.720.000 | Rp1.925.000 | Rp833.000 | Rp1.120.000 | Rp2.003.400 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp20.504.400 |
| 26-Nov-15 | Rp13.300.000 | Rp1.925.000 | Rp896.000 | Rp1.120.000 | Rp2.003.400 | Rp168.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp20.147.400 |
| November | Rp53.130.000 | Rp7.700.000 | Rp3.486.000 | Rp4.480.000 | Rp8.013.600 | Rp672.000 | Rp700.000 | Rp2.240.000 | Rp80.421.600 |
| 09-Dec-15 | Rp27.580.000 | Rp2.695.000 | Rp1.792.000 | Rp2.240.000 | Rp2.016.000 | Rp336.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp37.394.000 |
| 17-Dec-15 | Rp27.720.000 | Rp2.695.000 | Rp1.834.000 | Rp2.240.000 | Rp2.016.000 | Rp336.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp37.576.000 |
| 25-Dec-15 | Rp29.400.000 | Rp2.695.000 | Rp1.848.000 | Rp2.240.000 | Rp2.016.000 | Rp336.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp39.270.000 |
| 31-Dec-15 | Rp30.800.000 | Rp2.695.000 | Rp1.785.000 | Rp2.240.000 | Rp2.016.000 | Rp336.000 | Rp175.000 | Rp560.000 | Rp40.607.000 |
| Desember | Rp115.500.000 | Rp10.780.000 | Rp7.259.000 | Rp8.960.000 | Rp8.064.000 | Rp1.344.000 | Rp700.000 | Rp2.240.000 | Rp154.847.000 |
| Total | Rp726.880.000 | Rp101.640.000 | Rp47.929.000 | Rp66.710.000 | Rp111.232.800 | Rp10.080.000 | Rp8.400.000 | Rp26.880.000 | Rp1.099.751.800 |

| | | | | | | | | | |
|----------|----------|----------|---------|---------|----------|---------|-------|---------|-----------|
| Per unit | Rp72.111 | Rp10.083 | Rp4.755 | Rp6.618 | Rp11.035 | Rp1.000 | Rp833 | Rp2.667 | Rp109.102 |
|----------|----------|----------|---------|---------|----------|---------|-------|---------|-----------|

Sumber: Agronas Gizi Food, 2016



Berdasarkan tabel 4.6, dijelaskan beberapa macam biaya produksi yang terdiri dari bermacam-macam biaya yakni biaya bahan baku langsung dengan total biaya pertahunnya Rp 726.880.000 atau Rp 72.111 perunitnya, biaya tenaga kerja langsung dengan total biaya Rp 11.640.000 atau Rp 10.083 per unitnya, biaya bahan penolong dengan total biaya Rp 47.929.000 atau Rp 4.755 per unitnya, total biaya gas LPG sebesar Rp 66.710.000 atau Rp 6.618 per unitnya, total biaya minyak goreng Rp 111.232.800 atau Rp 11.035 per unitnya, total biaya kemasan sebesar Rp 10.080.000 atau Rp 1.000 per unit, biaya listrik, air dan telpo sebesar Rp 8.400.000 atau Rp 844 perunitnya, biaya tenaga kerja tidak langsung dengan total Rp 26.880.000 atau Rp 2.667 perunitnya. Untuk kapasitas produksi normal total biaya setiap minggu produksi normal UKM dapat mengabdikan biaya produksi berjumlah Rp. 17.000.000- Rp. 25.000.000. Total biaya terendah terjadi pada bulan Mei minggu kedua dengan total biaya sebesar Rp 17.749.000. Sedangkan untuk produksi pada bulan-bulan tertentu untuk total biaya produksi terendah terjadi pada bulan akhir bulan juni sebesar Rp 34.022.8000 dan untuk biaya produksi tertinggi pada kapasitas produksi dua kali lipat produksi normal terjadi pada bulan desember sebesar Rp40.607.000 tepatnya pada akhir tahun 2014. Sehingga total biaya produksi selama tahun 2015 adalah Rp. 1.099.751.800. Sedangkan total biaya produksi per unit keripik kentang ukuran 1 kg adalah Rp 109.102.

c. Laporan Laba Rugi

Tabel 4.7
UKM Agronas Gizi Food
Laporan Laba Rugi
Yang Berakhir Pada Tanggal 31 Desember 2015

| | | |
|---|---------------|------------------------|
| Penjualan Keipik Kentang (10080 Kg * 135.000) | | Rp1.360.800.000 |
| Biaya-biaya variabel | | |
| Biaya Bahan Baku | Rp726.880.000 | |
| Biaya Tenaga Kerja Langsung | Rp101.640.000 | |
| Biaya Bahan Penolong | Rp47.929.000 | |
| Biaya Gas dan LPG | Rp66.710.000 | |
| Biaya Minyak Goreng | Rp111.232.800 | |
| Biaya Kemasan | Rp10.080.000 | |
| Biaya Transport | Rp 5.960.000 | |
| Biaya Semivariabel | | |
| Biaya Listrik, Air dan Telpon | Rp8.400.000 | |
| Total Biaya Variabel dan Semivariabel | | Rp1.078.471.800 |
| Laba Kontribusi | | Rp 282.328.200 |
| Biaya Tetap | | |
| Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung | Rp26.880.000 | |
| Total Biaya Tetap | | Rp27.240.000 |
| Laba Bersih | | Rp 255.088.200 |

Sumber: UKM Agronas Gizi Food

Berdasarkan laporan laba rugi UKM Agronas Gizi Food tahun 2015 tersebut dapat dilihat bahwa harga jual yang ditentukan oleh UKM tersebut adalah Rp. 135.000 per Kg dengan total produksi 10080 kg. Sedangkan total biaya yang dikeluarkan oleh UKM adalah Rp1.105.711.800 dan biaya per unitnya adalah Rp 109.694. Untuk laba kontribusi dapat diperoleh dari total penjualan sebesar

Rp1.360.800.000 dikurangi dengan total biaya variabel dan semivariabel sebesar Rp 1.078.471.800 sehingga memperoleh laba kontribusi sebesar Rp282.328.200 sehingga menunjukkan laba bersih yang diperoleh dari laba kontribusi dikurangi dengan total biaya tetap UKM Agronas Gizi Food adalah Rp. 255.088.200 pertahunnya. Sedangkan untuk laba per unitnya yaitu Rp. 255.088.200 : 10080 unit sama dengan Rp25.306. Perbandingan antara laba dengan harga jual yakni Rp. 255.088.200 dibanding dengan Rp1.360.800.000 . Hal ini menunjukkan prosentase perbandingannya adalah sebesar 19%.

4.2.2 Menentukan *Allowable Cost*.

Menurut Sugiyono (2012), tahapan kedua dari penerapan *target costing* yang harus dilakukan adalah menentukan *allowable cost*. *Allowable cost* adalah jumlah biaya yang diperkenankan oleh perusahaan yang didapat dari selisih antara harga jual dengan laba yang diinginkan oleh perusahaan.

$$\text{Allowable cost} = \text{Target Selling Price} - \text{Target Profit Margin}$$

Keterangan:.

- a. *Target Selling Price* (Harga Jual yang diantisipasi) merupakan harga yang bersedia dibayar oleh pelanggan atau dengan kata lain harga jual yang berlaku di pasar. Dalam hal ini peneliti menyurvei harga pasar dari berbagai macam keripik kentang yang ada di Kota Malang dan sekitarnya.

Berikut merupakan daftar Harga jual dari keripik kentang di daerah Kota Malang dan sekitarnya:

Tabel 4.8
Harga Jual Keripik Kentang Kompetitor Daerah Kota Malang dan
Sekitarnya
Tahun 2015

| No | Nama Produk | Harga/ KG |
|-----|---------------|------------|
| 1. | AKM | Rp 132.000 |
| 2. | Istana | Rp 135.000 |
| 3. | Cendana | Rp 130.000 |
| 4 | Lang-lang | Rp 130.000 |
| 5. | Aqila | Rp 120.000 |
| 6. | Balado Creaps | Rp 135.000 |
| 7. | Sticky | Rp 128.500 |
| 8. | Bolo-bolo | Rp 125.000 |
| 9. | Crisboll | Rp 128.000 |
| 10. | Rollies | Rp 130.000 |

Sumber: Operasi Pasar, 2016

Data ditabel tersebut diperoleh dari operasi pasar yang dilakukan di lingkungan kota Batu serta kota Malang dan sekitarnya. Dalam tabel tersebut, dapat dilihat bahwa rata-rata harga keripik kentang berkisar dari Rp 120.000 sampai dengan Rp 135.000 per Kg. Harga tersebut mengikuti kualitas dan rasa dari kerpik kentang tersebut. Penyurveian

harga keripik kentang ini dilihat dari outlet-outlet yang menjual keripik kentang dengan merk-merk tersebut. Selain itu, UKM Agronas Gizi Food ini hanya menggunakan bahan alami saja tanpa adanya bahan pengawet dan pewarna. Sehingga tingkat resiko dari keripik kentang ini juga tinggi karena masa kadaluarsanya yang singkat. Biaya yang dikeluarkan oleh UKM Agronas Gizi Food juga relatif tinggi mengingat bahan yang digunakan dalam pembuatan keripik kentang ini adalah bahan-bahan alami. Dengan berbagai alasan tersebut, maka peneliti menentukan target harga jual dari keripik kentang UKM Agronas Gizi Food sebesar Rp. 138.000 per Kg. Sesuai dengan informasi diatas bahwa tingkat produksi keripik kentang di UKM Agronas Gizi Food adalah sebesar 10.080 Kg. Oleh karena itu, total penjualan yang ditargetkan adalah $Rp\ 138.000 * 10080\ Kg$ sehingga hasilnya adalah Rp1.391.040.000. Hal ini berdampak pada peningkatan harga jual dari keripik kentang sebesar Rp 3.000 per unit atau Rp 30.240.000 pertahun.

b. Target Profit Margin (laba yang diinginkan)

Laba yang sudah diperoleh UKM Agronas Gizi Food adalah Rp25.306 dari harga jual produk yang berharga Rp 135.000 per Kg. Oleh karena itu, peneliti menentukan target labanya berdasarkan pengalaman dari perusahaan yang sudah melakukan atau menerapkan metode *target costing* dan berdasarkan pada tingkat penjualan keripik kentang pada tahun sebelumnya serta tingkat resiko terhadap produk tersebut. Berdasarkan semua hal tersebut, maka peneliti menentukan target laba

UKM Agronas Gizi Food pada tahun 2016 yaitu sebesar 25% dari harga jualnya. Oleh karena itu, target laba per unit yaitu $25\% * \text{Rp } 138.000 = \text{Rp. } 34.500$. Sedangkan laba perunit tahun 2015 yang sudah terealisasi adalah Rp25.306. Hal ini terdapat peningkatan sebesar Rp. 9.194 per unit. Sedangkan untuk total laba yang diperoleh UKM pada tahun 2015 adalah Rp255.088.200 dan untuk target total *target profit margin* setahun yakni $\text{Rp } 34.500 * 10080$ adalah Rp340.200.000. Sehingga apabila UKM Agronas menerapkan target costing diperkirakan akan mendapatkan penambahan atau peningkatan laba sebesar Rp 85.111.800

c. *Allowable Cost* adalah biaya yang diperkenankan oleh perusahaan. Untuk mengitung biaya yang akan diperkaeankan atau dikeluarkan oleh UKM Agronas Gizi Food, maka UKM terlebih dahulu mengetahui harga pasar dari kompetitor keripik kentang yang lain. Dalam hal ini, peneliti melihat 10 kompetitor yang memproduksi keripik kentang di daerah Kota Malang dan sekitarnya. Setelah itu peneliti menentukan target laba yang diinginkan oleh UKM Agronas Gizi Food. Sehingga hasil dari biaya yang dikenankan oleh UKM adalah hasil pengurangan dari target harga jual dikurangi dengan target laba yang diinginkan oleh UKM

Seperti yang dijelaskan oleh Blocher, Chen dan Lin (2000:20) *Target costing* adalah penentuan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut akan memperoleh laba yang diharapkan. Dari penjelasan diatas dengan

menggunakan metode target costing maka biaya yang seharusnya dipenuhi dapat dirumuskan dengan formula berikut ini:

$$\begin{aligned} \text{TC}_i &= \text{P}_i - \text{M}_i \\ &= \text{Rp } 138.000 - \text{Rp } 34.500 \\ &= \text{Rp } 103.500 \end{aligned}$$

Keterangan:

TC_i = Target Cost per-Unit Produk (i)

P_i = Harga Jual per-Unit Produk (i)

M_i = Laba per-Unit Produk yang Diinginkan (i)

Sehingga total biaya yang ditargetkan melalui proses *allowable cost* adalah Rp 1.043.280 (Rp 103.500*10.080)

4.2.3 Menentukan *Drifting Cost*.

Setelah diketahui besarnya *allowable cost*, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah menghitung *drifting cost*. Menurut Sugiyono (2012), *drifting cost* merupakan biaya yang diestimasi berdasarkan biaya produk yang sedang berjalan. Biaya tersebut dapat dibagi menjadi tiga yakni biaya variabel, biaya semivariabel dan biaya tetap. Penggolongan biaya yang termasuk kedalam biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan penolong, biaya gas Lpg, biaya minyak goreng dan biaya kemsan; yang

termasuk biaya semivariabel adalah biaya listrik, air dan telepon,; sedangkan yang termasuk biaya tetap adalah adalah biaya tenaga kerja tidak langsung. Berikut merupakan ringkasan total dari biaya variabel, semivariabel dan tetap di UKM Agronas Gizi Food pada Tahun 2015:

Tabel 4.9
Ringkasan Total Biaya Variabel, Semivariabel dan Tetap
UKM Agronas Gizi Food
Tahun 2015

| No | Keterangan | Total Biaya |
|----|-----------------------------------|-------------------------|
| 1. | Biaya Bahan Baku | Rp 726.880.000 |
| 2. | Biaya Tenaga Kerja Langsung | Rp 101.640.000 |
| 3 | Biaya Bahan Penolong | Rp 47.929.000 |
| 4 | Biaya Gas LPG 3 KG | Rp 66.710.000 |
| 5 | Biaya Minyak Goreng | Rp 111.232.800 |
| 6 | Biaya Kemasan | Rp 10.080.000 |
| 7 | Biaya Listrik, Air dan Telepon | Rp 8.400.000 |
| 8 | Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung | Rp 26.880.000 |
| 9 | Biaya Transportasi | Rp 5.960.000 |
| | Total Biaya | Rp 1.105.711.800 |

Sumber: UKM Agronas Gizi Food, 2016

Berdasarkan tabel diatas, total biaya yang sedang berjalan atau *drifting cost* dikeluarkan oleh UKM Agronas Gizi Food adalah sebesar Rp 1.105.711.800 dengan rincian biaya-biaya diatas.

4.2.4 Menentukan *Value Engineering*

Menurut Sugiyono (2012), perekayasa nilai (*value engineering*) merupakan suatu aktivitas yang diperlukan untuk menganalisa apakah komponen-komponen dalam suatu produk dapat dikurangi biayanya tanpa mengurangi fungsi atau kualitas produk yang bersangkutan. Perekayasa nilai bertujuan untuk mengurangi jumlah *drifting cost* sampai dapat menyamai atau bahkan kurang dari *allowable cost*.

UKM dalam hal ini melakukan kegiatan produksi setiap hari. Namun, setiap minggu UKM melakukan kegiatan belanja kebutuhan. Hal ini membuat UKM lebih banyak mengeluarkan biaya yang banyak daripada melakukan kegiatan belanja setiap dua minggu sekali atau sebulan sekali. Bahkan, UKM dapat berbelanja lebih banyak kebutuhan saat harganya murah.

- a) Selama ini UKM melakukan kegiatan pembelian bahan baku selama seminggu sekali. Hal ini dirasa membuat UKM mengeluarkan biaya lebih banyak. Oleh karena itu, peneliti mempunyai alternatif untuk menekan biaya bahan baku dengan cara melakukan pembelian selama sebulan sekali. Bahan baku kentang mempunyai masa lebih dari 3-3,5 bulan.

Berikut merupakan perekayasa nilai (*value engineering*) terhadap pembelian bahan baku sebagai berikut:

Tabel 4.10
UKM Agronas Gizi Food
***Target Costing* atas Biaya Bahan Baku**

Tahun 2016

| Tanggal Pembelian | Harga Per Kg | Kuantitas (Kg) | Total |
|-------------------|--------------|----------------|-----------------------|
| Januari | Rp 8,200 | 5,600 | Rp 45,920,000 |
| Februari | Rp 8,300 | 5,600 | Rp 46,480,000 |
| Maret | Rp 8,350 | 5,600 | Rp 46,760,000 |
| April | Rp 8,300 | 5,600 | Rp 46,480,000 |
| Mei | Rp 8,200 | 5,600 | Rp 45,920,000 |
| Juni | Rp 8,200 | 11,200 | Rp 91,840,000 |
| Juli | Rp 8,300 | 11,200 | Rp 92,960,000 |
| Agustus | Rp 8,400 | 5,600 | Rp 47,040,000 |
| September | Rp 8,300 | 5,600 | Rp 46,480,000 |
| Oktober | Rp 8,400 | 5,600 | Rp 47,040,000 |
| November | Rp 8,450 | 5,600 | Rp 47,320,000 |
| Desember | Rp 8,500.0 | 11200 | Rp 95,200,000 |
| Total | | | Rp 699,440,000 |

Sumber: Data Olahan, 2016

Berdasarkan table 4.10, pembelian bahan baku kentang dilakukan selama satu bulan sekali. Mengenai harga per Kg dari kentang itu sendiri peneliti perpatokan pada rata-rata harga pada tahun lalu. Sedangkan untuk kuantitas dari kentang tersebut mengikuti kauntitas pembelian kentang pada tahun lalu yakni tahun 2015. Hal ini dilakukan karena untuk menghemat biaya pembelian tersebut. Jika UKM mempunyai supplier tetap dan UKM Agronas Gizi Food selalu membeli dalam kuantitas banyak pastilah akan diberi diskon atau potongan harga. Resiko akan busuknya bahan baku kentang itu sangatlah minim. Karena masa busuk dari kentang sekitar 3-3,5 bulan. Jadi, bukanlah resiko yang besar jika UKM membeli kentang selama sebulan sekali dan biaya yang ditargetkan untuk pembelian bahan baku kentang adalah Rp 699.440.000. Pembelian bahan baku yang dilakukan

setiap seminggu sekali menghabiskan biaya sebesar Rp 726.880.000. Sehingga apabila target tersebut dalam terealisasi maka UKM Agronas Gizi Food dapat menghemat biaya pembelian bahan baku sebesar Rp 27.440.000 atau sekitar 3,77%.

- b. Sama halnya dengan pembelian bahan baku, pembelian bahan penolong yang terdiri dari bawang putih, garam dan bumbu yang lain dilakukan setiap seminggu sekali. Hal ini membuat biaya pembelian bahan penolong semakin membengkak. Oleh karena itu, peneliti mempunyai alternatif untuk melakukan kegiatan pembelian setiap sebulan sekali. Mengingat untuk kebutuhan bahan penolong itu tidak gampang busuk. Berikut merupakan perkasaaan nilai atas bahan penolong:

Tabel 4.11
UKM Agronas Gizi Food
Target Costing atas Bahan Baku Penolong
Tahun 2016

| Bulan | Biaya Bahan Penolong | | | Total Biaya |
|------------------|----------------------|-----------|-------------|--------------------|
| | Bumbu-Bumbu | | | |
| | Bawang | Garam | Bumbu | Bahan Penolong |
| | Putih | | Rahasia | |
| Januari | Rp1,890,000 | Rp135,000 | Rp1,085,000 | Rp3,110,000 |
| Februari | Rp1,880,000 | Rp135,000 | Rp1,099,000 | Rp3,114,000 |
| Maret | Rp1,900,000 | Rp135,000 | Rp1,092,000 | Rp3,127,000 |
| April | Rp1,930,000 | Rp135,000 | Rp1,148,000 | Rp3,213,000 |
| May | Rp1,904,000 | Rp135,000 | Rp1,099,000 | Rp3,138,000 |
| Juni | Rp3,800,000 | Rp270,000 | Rp2,184,000 | Rp6,254,000 |
| Juli | Rp3,810,000 | Rp270,000 | Rp2,198,000 | Rp6,278,000 |
| Agustus | Rp1,904,000 | Rp135,000 | Rp1,057,000 | Rp3,096,000 |
| September | Rp1,940,000 | Rp135,000 | Rp1,078,000 | Rp3,153,000 |
| oktober | Rp1,900,000 | Rp135,000 | Rp1,078,000 | Rp3,113,000 |

| | | | | |
|-----------------|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| November | Rp1,970,000 | Rp135,000 | Rp1,078,000 | Rp3,183,000 |
| Desember | Rp3,950,000 | Rp270,000 | Rp2,163,000 | Rp6,383,000 |
| Total | Rp24,978,000 | Rp2,025,000 | Rp16,359,000 | Rp43,362,000 |

Sumber: Data Olahan, 2016

Pembelian bawang putih dan garam jika dilakukan dalam skala besar maka akan mendapat potongan harga. Seperti halnya pembelian bahan baku, pembelian bawang putih dan garam dilakukan selama sebulan sekali. Tingkat resikonya pun hampir tidak ada karena tidak gampang membusuk. Hanya saja harus ada perawatan terhadap bahan tersebut. Peneliti dalam hal ini tidak mengetahui bumbu rahasia yang dicampurkan didalamnya sehingga belum mempunyai alternative terhadap bumbu rahasia tersebut. Berdasarkan tabel 4.11 diatas bahwa target biaya bahan penolong adalah sebesar Rp 43.362.000. Sedangkan biaya bahan penolong yang sudah terealisasi di UKM Agronas Gizi Food pada tahun 2015 yakni sebesar Rp 47.929.000. Sehingga apabila target costing atas biaya bahan penolong dapat terealisasi maka UKM tersebut akan dapat menghemat biaya bahan penolong sebesar Rp 4.569.000 atau sekitar 9,6%.

- c) Sebelumnya UKM Agronas Gizi Foog menggunakan tabung gas Lpg menggunakan kapasitas 3 Kg. Hal ini membuat UKM Agronas Gizi Food banyak mengeluarkan biaya. Selain itu, biaya atas pembelian tabung gas diawal UKM berdiri akan semakin membengkak. Oleh karena itu, peneliti mempunyai alternatif agar UKM Agronas Gizi Food menggunakan gas Elpigi 12 Kg. Sehingga akan dapat mengefisienkan biaya atas gas Lpg tersebut. Bagian produksi dari UKM Agronas Gizi Food pun tidak akan sering

mengganti tabung gas nya dengan tabung gas yang lain, karena penggunaan tabung gas Lpg 12 Kg sangat hemat.

- d) Pembelian minyak goreng dapat dilakukan dengan skala besar karena akan dapat mengurangi biayanya. Selain itu harga minyak berkisar Rp 15.000- Rp 16.000 per liter dirasa mahal. Oleh sebab itu, peneliti mempunyai alternatif mengganti minyak goreng dengan minyak goreng yang lain dengan komposisi yang sama sehingga tidak akan mengurangi kualitas dari keripik tersebut. Berikut merupakan tabel perekayasaan nilai atas biaya gas Lpg dan Minyak goreng:

Tabel 4.11
UKM Agronas Gizi Food
Target Costing atas Gas LPG dan Minyak Goreng
Tahun 2016

| Bulan | Gas LPG 12 KG | | | Minyak Goreng 5 Liter | | |
|------------------|---------------|------|--------------------|-----------------------|------|---------------------|
| | Harga | Unit | Total | Harga | unit | Total |
| Januari | Rp138,000 | 28 | Rp3,864,000 | Rp61,000 | 101 | Rp6,161,000 |
| Februari | Rp138,500 | 28 | Rp3,878,000 | Rp61,250 | 100 | Rp6,125,000 |
| Maret | Rp135,000 | 28 | Rp3,780,000 | Rp62,000 | 101 | Rp6,262,000 |
| April | Rp140,000 | 28 | Rp3,920,000 | Rp61,150 | 101 | Rp6,176,150 |
| Mei | Rp140,000 | 28 | Rp3,920,000 | Rp61,200 | 100 | Rp6,120,000 |
| Juni | Rp140,000 | 56 | Rp7,840,000 | Rp61,800 | 201 | Rp12,421,800 |
| Juli | Rp142,000 | 56 | Rp7,952,000 | Rp61,820 | 202 | Rp12,487,640 |
| Agustus | Rp142,000 | 28 | Rp3,976,000 | Rp62,000 | 101 | Rp6,262,000 |
| September | Rp142,000 | 28 | Rp3,976,000 | Rp62,100 | 100 | Rp6,210,000 |
| Oktober | Rp142,000 | 28 | Rp3,976,000 | Rp62,150 | 101 | Rp6,277,150 |
| November | Rp142,000 | 28 | Rp3,976,000 | Rp62,200 | 100 | Rp6,220,000 |

| | | | | | | |
|-----------------|--------------------|------------|---------------------|------------------|--------------|---------------------|
| Desember | Rp142,000 | 56 | Rp7,952,000 | Rp62,200 | 103 | Rp6,406,600 |
| Total | Rp1,688,200 | 420 | Rp59,010,000 | Rp754,800 | 1,411 | Rp87,129,340 |

Sumber: Data Olahan, 2016

Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian produksi dan administrasi, UKM Agronas selama ini memakai Gas LPG dengan bobot 3 Kg. Sehingga banyak biaya yang harus dikeluarkan karena mengingat tabung yang digunakan semakin banyak dan total biayanya juga banyak. Oleh karena itu, terdapat alternative untuk memakai gas LPG dengan bobot 12 Kg. Jika UKM menggunakan Gas LPG 3 Kg maka biaya yang dikeluarkan adalah Rp 66.750.000. Oleh karena itu, peneliti menentukan *target costing* atas pergantian pemakaian gas LPG dari 3 Kg menjasdi 12 Kg dan pembelian atas gas Lpg dilakukan setiap sebulan sekali berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan biaya atas penggunaan gas Lpg sebesar Rp59.010.000 per tahun. Sehingga apabila *target costing* tersebut diterapkan dan dapat terealisasi maka UKM dapat menghemat biayanya sebesar Rp Rp 7.650.000 atau sekitar 11,46%

Sedangkan untuk biaya pemakaian minyak goreng dengan kualitas bagus, namun mahal pemeliti mempunyai alternatf untuk megganti produk minyak goreng yang dikonsumsi dengan produk lain yang mempunyai komposisi yang sama dengan harga dibawahnya. Selain itu, pembelian juga dilakukan dalam skala besar dan dilakukan secara bulan akan diestimasikan mendapat potongan harga. Biaya minyak goreng yang sudah terealisasi di UKM Agronas Gizi Food adalah Rp111.232.800. Dengan adanya metode *target costing* berdasarkan tabel 4.11 UKM menentukan *target costing* atas

minyak goreng sebesar Rp 87.129.340. Sehingga apabila *target costing* atas minyak goreng tersebut dapat terealisasi maka UKM Agronas Gizi Food dapat menghemat biaya minyak goreng sebesar Rp 24.103.460 atau sekitar 21,66%

- e) Selanjutnya biaya yang dapat di target biayanya di UKM Agronas Gizi Food adalah biaya transportasi. Meskipun biaya transportasi di UKM Agronas ini sedikit namun, dapat ditarget biayanya. Mengingat awalnya UKM Agronas Gizi Food melakukan pembelian setiap bulan 4 kali. Kini dengan adanya alternatif *target costing* yakni pembelian dilakukan setiap bulan sekali, membuat biaya transportasi yang dikeluarkan oleh UKM Agronas Gizi Food semakin sedikit. Biaya transportasi yang sudah terealisasi yakni Rp5.960.000. Sekarang dengan adanya *target costing* terutama pada *point value engineering* UKM Agronas Gizi Food dapat meminimalisir biaya menjadi Rp 3.500.000. Sehingga UKM Agronas Gizi Food dapat menghemat biaya transportasi sebesar 41%.

Untuk biaya tenaga kerja langsung, biaya kemasan serta biaya listrik, air dan telepon peneliti tidak menarget costingkan pada biaya-biaya tersebut karena biaya-biaya tersebut sudah sangat minim untuk ditargetkan.

Tabel 4.12
UKM Agronas Gizi Food
Target Costing atas Biaya Produksi

| Bulan | Biaya Produksi | | | | | | | | Total |
|------------------|----------------------|----------------------|------------------------------|---------------------|---------------------|--------------------|-----------------------|---------------------|------------------------|
| | | | BOP (Biaya Overhead Pabrik) | | | | | | |
| | Biaya Bahan | Biaya Tenaga | Biaya Bahan | Gas LPG | Minyak | Kemasan | Listrik, Air & Telpon | Biaya Tenaga | |
| Baku Langsung | Kerja Langsung | Penolong | | Goreng | | | Kerja Tdk Lngsng | | |
| Januari | Rp45,920,000 | Rp7,700,000 | Rp3,110,000 | Rp3,864,000 | Rp6,161,000 | Rp650,000 | Rp700,000 | Rp2,240,000 | Rp70,345,000 |
| Februari | Rp46,480,000 | Rp7,700,000 | Rp3,114,000 | Rp3,878,000 | Rp6,125,000 | Rp650,000 | Rp700,000 | Rp2,240,000 | Rp70,887,000 |
| Maret | Rp46,760,000 | Rp7,700,000 | Rp3,127,000 | Rp3,780,000 | Rp6,262,000 | Rp650,000 | Rp700,000 | Rp2,240,000 | Rp71,219,000 |
| April | Rp46,480,000 | Rp7,700,000 | Rp3,213,000 | Rp3,920,000 | Rp6,176,150 | Rp650,000 | Rp700,000 | Rp2,240,000 | Rp71,079,150 |
| Mei | Rp45,920,000 | Rp7,700,000 | Rp3,138,000 | Rp3,920,000 | Rp6,120,000 | Rp650,000 | Rp700,000 | Rp2,240,000 | Rp70,388,000 |
| Juni | Rp91,840,000 | Rp10,780,000 | Rp6,254,000 | Rp7,840,000 | Rp12,421,800 | Rp1,300,000 | Rp700,000 | Rp2,240,000 | Rp133,375,800 |
| Juli | Rp92,960,000 | Rp10,780,000 | Rp6,278,000 | Rp7,952,000 | Rp12,487,640 | Rp1,300,000 | Rp700,000 | Rp2,240,000 | Rp134,697,640 |
| Agustus | Rp47,040,000 | Rp7,700,000 | Rp3,096,000 | Rp3,976,000 | Rp6,262,000 | Rp650,000 | Rp700,000 | Rp2,240,000 | Rp71,664,000 |
| September | Rp46,480,000 | Rp7,700,000 | Rp3,153,000 | Rp3,976,000 | Rp6,210,000 | Rp650,000 | Rp700,000 | Rp2,240,000 | Rp71,109,000 |
| Oktober | Rp47,040,000 | Rp7,700,000 | Rp3,113,000 | Rp3,976,000 | Rp6,277,150 | Rp650,000 | Rp700,000 | Rp2,240,000 | Rp71,696,150 |
| November | Rp47,320,000 | Rp7,700,000 | Rp3,183,000 | Rp3,976,000 | Rp6,220,000 | Rp650,000 | Rp700,000 | Rp2,240,000 | Rp71,989,000 |
| Desember | Rp95,200,000 | Rp10,780,000 | Rp6,383,000 | Rp7,952,000 | Rp6,406,600 | Rp1,300,000 | Rp700,000 | Rp2,240,000 | Rp130,961,600 |
| Total | Rp699,440,000 | Rp101,640,000 | Rp43,362,000 | Rp59,010,000 | Rp87,129,340 | Rp9,750,000 | Rp8,400,000 | Rp26,880,000 | Rp1,035,611,340 |
| Per unit | Rp69,389 | Rp10,083 | Rp4,302 | Rp5,854 | Rp8,644 | Rp967 | Rp833 | Rp2,667 | Rp102,739 |

Berdasarkan tabel 4.12, dapat dilihat bahwa total target biaya produksi menjadi sebesar Rp.1.035.611.340 Sehingga biaya per unitnya mencapai Rp 102.379. Disini terdapat biaya transport sebesar Rp.4.020.000 sehingga total biayanya adalah Rp 1.039.631.340 Sehingga biaya perunitnya adalah Rp 103.138. Saat produksi normal, total biaya terendah yang ditargetkan terendah terjadi pada bulan Januari yakni sebesar Rp 70.345.000. sedangkan untuk biaya tertinggi yang ditargetkan terjadi pada bulan November adalah Rp 71.980.000. Untuk produksi pada bulan-bulan tertentu biaya yang ditargetkan rendah adalah terjadi pada bulan Desember yakni Rp 130.961.600 sedangkan biaya yang ditargetkan paling tinggi terjadi pada bulan Juli yakni sebesar Rp 134.697.000.

Berdasarkan laporan laba rugi tahun 2015, total biaya yang dikeluarkan UKM Agronaas Gizi Food selama tahun 2015 yakni Rp 1.105.711.880. Sedangkan dengan adanya *target costing* peneliti menargetkan biaya UKM Agronas Gizi Food pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 1.039.631.340. Oleh karena itu, apabila *target costing* di UKM Agronas Gizi Food dapat terealisasi pada tahun 2015 maka UKM Agronas Gizi Food dapat menghemat biayanya sebesar Rp66.080.540 atau sekitar 5,97%. Langkah selanjutnya yakni menghitung laba optimal dengan adanya *target costing*. Berikut merupakan target laporan laba rugi tahun 2016:

Tabel 4.13
UKM Agronas Gizi Food
Laporan Laba Rugi
Yang Berakhir pada Tanggal 31 Desember 2016

| | |
|---|------------------------|
| Penjualan Keipik Kentang (10080 Kg * 138.000) | Rp1,391,040,000 |
| Biaya-biaya variabel | |
| Biaya Bahan Baku | Rp699,440,000 |
| Biaya Tenaga Kerja Langsung | Rp101,640,000 |
| Biaya Bahan Penolong | Rp43,362,000 |
| Biaya Gas dan LPG | Rp59,309,600 |
| Biaya Minyak Goreng | Rp87,129,340 |
| Biaya Kemasan | Rp9,750,000 |
| Biaya Transport | Rp3,500,000 |
| Biaya Semivariabel | |
| Biaya Listrik, Air dan Telpon | Rp8,400,000 |
| Total Biaya Variabel dan Semivariabel | Rp1,012,530,940 |
| Laba Kontribusi | Rp378,509,060 |
| Biaya Tetap | |
| Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung | Rp26,880,000 |
| Total Biaya Tetap | Rp26,880,000 |
| Laba Bersih | Rp351,629,060 |

Sumber: Data Olahan, 2016

Laba bersih tahun 2015 yang sudah terealisasi di UKM Agronas Gizi Food adalah Rp 255.088.200 atau Rp 25.306 perunit. Berdasarkan target laporan laba rugi diatas maka laba bersih yang diestimasi adalah Rp 351.629.060 atau sekitar Rp 34.800. Apabila penerapan metode *target costing* dapat terealisasi maka UKM Agronas Gizi Food dapat meningkatkan labanya sebesar Rp 96.540.860 atau sekitar 27,46%

4.2.5 Dari hasil analisa tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan apakah metode target costing dapat diterapkan diperusahaan untuk dapat menentukan harga jual dan untuk mengoptimalkan laba Terbukti dengan adanya *target costing* UKM Agronas Gizi Food menghasilkan harga jual baru yakni Rp 138.000 per Kg dan dapat meminimalisir biaya sebesar 5,97% serta dapat meningkatkan labanya sebesar 27,46% tanpa mengurangi kualitas dari produk tersebut.

4.2.6 Perspektif Islam

Rasulullah SAW dalam salah satu hadistnya bersabda:

لَا تَزُولُ قَدَمَا بِنَا دَمِيومًا لِقِيَامَةِ مَنْعِدٍ رَّجِعَ وَجَلَّ، حَتَّى سَأَلَهُمْ خَمْسَ عُمْرِهِ فِيمَا أَفْنَاهُ، وَعَنْ شَبَابِهِ فِيمَا أَبْلَاهُ،
وَعَنْ مَا هَمَّنَا إِنَّا كَتَبْتُمْ لَهُ، وَفِيمَا أَنْفَقَهُ، وَمَا عَمِلَ فِيمَا عَلِمَ

Artinya:

“Tidaklah bergeser telapak kaki bani Adam pada hari kiamat dari sisi Rabb-nya hingga ditanya lima perkara; umurnya untuk apa dia gunakan, masa mudanya untuk apa ia habiskan, hartanya darimana ia dapatkan dan untuk apa ia belanjakan, dan apa yang ia perbuat dengan ilmu-ilmu yang telah ia ketahui.” (HR Tarmidzi No 2416).

Hadits tersebut menjelaskan bahwa perencanaan keuangan disyariatkan bukan saja bagi seorang muslim, namun juga bagi seluruh umat manusia, karena di akhirat nanti kita semua akan ditanya dari mana harta kita didapat dan dibelanjakan untuk apa. Hal ini menunjukkan bahwa Islam telah mengatur dan mewajibkan umatnya untuk melakukan penganggaran yang bertujuan untuk keselamatan di dunia dan di akhirat.

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

Dalam Al-Qur'an, transaksi terbaik adalah yang memberikan garansi terhindarnya seseorang dari neraka dan memberi jaminan masuk surga. Transaksi yang menguntungkan ini hanya bisa diwujudkan dengan cara beriman kepada Allah dan Rasul-Nya secara konsisten, dan berjuang di jalan Allah dengan harta maupun jiwanya.

Allah swt berfirman:

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

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan perhitungan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Penentuan target harga jual baru melalui *target costing* dapat berjalan dengan baik karena peneliti harus melakukan operasi pasar terhadap 10 kompetitor produk keripik kentang yang lain. Selain itu juga dipengaruhi banyaknya permintaan dari pelanggan dan produk UKM Agronas Gizi Food berbeda dengan yang lain karena tidak mengandung bahan pengawet dan pewarna sehingga tingkat resiko yang diambil UKM pun cukup tinggi.
- b. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan oleh penulis dengan menggunakan *target costing* dalam perhitungan biaya produksi. Hasilnya perhitungan tersebut mendapatkan hasil yang positif dimana dengan menggunakan *target costing* perusahaan dapat menghemat biaya produksi yang dikeluarkan dalam proses produksi.
- c. Proses *allowable cost* yakni proses biaya yang ditargetkan menunjukkan bahwa biaya yang ditargetkan UKM Agronas Gizi Food adalah Rp. 103.500 per unit. Sehingga biaya total yang ditargetkan adalah Rp 1.043.280.000

- d. Proses *drifting cost* adalah proses yang diestimasi berdasarkan biaya produk yang berjalan. Biaya produk yang berjalan menunjukkan bahwa total biaya yang dikeluarkan UKM Agronas Gizi Food selama tahun 2015 adalah Rp1.105.711.800 sehingga biaya per unitnya adalah Rp 109.694
- e. Selanjutnya pada proses *Value Engineering* (perekayaan nilai) dapat dilihat bahwa target biaya yang dikeluarkan bernilai kurang dari *allowable cost* yakni sebesar Rp 3.648.660 dan dengan laba yang dihasilkan semakin meningkat yakni sebesar Rp 6.893.060 atau sekitar 1,83% dari *allowable cost*
- f. Apabila metode *target costing* dapat diterapkan di UKM dapat menghasilkan harga jual baru yakni Rp 138.000 per Kg dan dapat meminimalisir biaya sebesar 5,97% serta dapat meningkatkan labanya sebesar 27,46% tanpa mengurangi kualitas dari produk tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran dari penulis untuk UKM Agronas Gizi Food yang dapat dilakukan agar dapat menentukan harga jual baru, meminimalkan biaya produksi serta memaksimalkan laba yang diinginkan UKM Agronas Gizi Food.

1. Bagi Instansi

- 1) Berdasarkan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini UKM Agronas Gizi Food dapat mencoba menerapkan *target costing* dalam perhitungan biaya produksinya.

- 2) Kebijakan terhadap system pembelian dapat diubah dengan cara berbelanja atau memenuhi kebutuhan UKM selama sebulan sekali. Hal ini sangat berpengaruh terhadap biaya yang dikeluarkan oleh UKM tersebut. Kebutuhan akan bahan baku (kentang), bahan penolong (bawang putih dan garam) akan lebih murah jika dibeli dalam skala besar. Dan tingkat resiko atas pembelian bahan tersebut sedikit karena bahan tersebut bisa bertahan lebih lama.
 - 3) Penggunaan gas Elpigi dapat diubah menjadi 12 Kg. Hal ini sangat berpengaruh terhadap biaya yang dikeluarkan karena biaya gas Elpigi 3 Kg terlampau lebih besar dan UKM harus sering mengganti tabung gas jika menggunakan 3 Kg
 - 4) Penggunaan minyak goreng pada UKM Agronas Gizi Food dapat diganti dengan merk lain, dimana merk lain tersebut mempunyai komposisi yang sama namun harganya lebih murah dibanding minyak goreng yang digunakan pada UKM tersebut.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
- Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menemukan variable baru dalam penentuan *target costing*.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan Terjemahan

Al-Hadist

Alimuddin, Arwina Novieanti. 2013. “Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Semen pada PT. Semen Tonasa di Kab. Pangkep”.

Andriyanto, Fendik. 2013. “Dampak Import Kentang Terhadap Pasar Kentang di Indonesia. Universitas Brawijaya

Anugerah, Eka Citra. 2010. “ Penerapan Target Coting pada Perusahaan Konveksi YUAN F Collection Yogyakarta”.

Aprianty. 2010. Analisis Penerapan Target Costing Untuk Pencapaian Target Pricing Sewa Kamar Hotel Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Memaksimalkan Laba. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Perbankan Indonesia.:Jakarta.

Carter, K. William. 2009.“Akuntansi Biaya Jilid I edisi ke empat belas”. Salemba Empat: Jakarta

Epsilani, Rafika Cymbidiana. 2010. “ Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Menetapkan Strategi Keberlangsungan Hidup Perusahaan”. Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Negeri Semarang

Fauzi, Achmad. 2014. “ Analisis Metode Penelitian Kualitatif”. Salemba Empat: Jakarta

Ferdiandus. 2011. “ Akuntansi Manajemen:. Salemba Empat: Jakarta

Ghozali & Chairi. 2007. “ Manajemen Laba”. Edisi Kedua. Penerbit Raja Grafindo Persada: Jakarta

Hansen, Don. R & Mowen, Maryanne M. Buku 1. 2001a. “Manajemen Biaya Akuntansi dan Pengendalian”. Penerbit Salemba Empat : Jakarta.

Hansen, Don. R & Mowen, Maryanne M. Buku 1. 2003. “Manajemen Biaya Akuntansi dan Pengendalian”. Penerbit Salemba Empat : Jakarta.

Hariato, M. Udin. 2014. “*Analisis penerapan target costing dalam penetapan harga jual untuk mengoptimalkan laba perusahaan Studi kasus pada UD Al-Amin*”. Undergraduate thesis.Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

- Harmanto dan Dzulkifli. 2013. “ Analisis Target Costing untuk Meminimalisir Biaya dan Memaksimalkan Laba Perusahaan pada PT Ongkowidjojo”. Universitas Gajah Mada: Yogyakarta.
- Himawan, F. Agung. 2009. “Analisis Penerapan Target Costing dalam Penetapan Harga *Bandwidth Dedicated* untuk Mengoptimalkan Perencanaan Laba (Study Kasus pada PT. Generasi Indonesia Digita)”.
- Kamaruddin, Ahmad. 2007. “Akuntansi Manajemen Dasar-Dasar Konsep Biaya Dan Pengambilan Keputusan”. Edisi Revisi Kelima. Penerbit Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Kieso, Donald E, Jerry weygant dan Terry Warfield. 2008. “*Intermediate Accounting*”. Volume 1. Terjemahan Emil Salim. Erlangga: Jakarta.
- Krismiaji. 2011. Akuntansi Manajemen. Edisi 2. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN: Yogyakarta
- Luvina, Lucky. 2011. “*Target Costing* dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi”. Erlangga : Surabaya
- Malue. 2013. “ Target Costing sebagai Alat untuk Efisiensi Biaya Produksi di PT Intramas Jakarta. BPFE UIN Jakarta: Jakarta
- Maryono. 2012. “ Akuntansi Biaya”. Erlangga: Surabaya
- Mawarta. 2012. “ *Accounting Theory*”. Jilid 1. Salemba Empat: Jakarta
- Meleong, Lexy J. 2005. “ Metode Penelitian Kualitatif”. PT Remaja Rosdakarya: Bandung
- Mulyadi. 2005. “Akuntansi Biaya”. Akademi Manajemen Perusahaan YKPN : Jogjakarta
- Mulyadi. 2012. “Akuntansi Biaya”. Akademi Manajemen Perusahaan YKPN : Jogjakarta
- Muqodim. 2005. “Teori Akuntansi. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Penerbit Ekonisia: Yogyakarta
- Mursyidi. 2005. Akuntansi Biaya. cetakan pertama. Penerbit Refika Aditama: Bandung
- Munawir. 2002. “Akuntansi Keuangan dan Manajemen”. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Penerbit BPFE: Yogyakarta
- Prawironegoro , Purwakanti Ayu & Darsono. 2009. “Akuntansi Manajemen”. Edisi Ketiga. Penerbit Mitra Wacana Media: Jakarta
- Rachmatulloh, Citra Khaira. 2013. “Analisis Penerapan *Target Costing* untuk meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Kasus pada CV. Onderhoud Company Shoes and Leather).

- Riyanto, Bambang. 2011. "Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan dan Perencanaan Pembiayaannya. Edisi Empat. BPFE: Yogyakarta
- Soemarso, SR. 2009. "Peranan Harga Pokok Dalam Penentuan Harga Jual". Edisi Kedua, ESG: Jakarta.
- Stella, Cynthia Louise Countrier.2013. "Analisis Penerapan *Direct Costing* Sebagai Alat untuk Menghitung Harga Pokok Produksi pada PT Sinar Bintang Selatan di Makassar".
- Sugiyono, Artanto Hadi. 2013. " Terampil Mengolah Data Kualitatif dengan NVIVO". Penerbit Kenca: Jakarta.
- Sugiyono.2012. " Metode *Target Costing* sebagai Alat Pengendalian Biaya". UNAIR: Surabaya
- Sunarto. 2004. "Akuntansi Biaya". Edisi Revisi. Penerbit AMUS : Yogyakarta
- Supriyadi, Heri. 2013. "Penerapan Target Costing dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Perusahaan (Study Kasus Pada UD.Eko Kusen)".
- Sutrisno. 2008. "Akuntansi Biaya". Edisi Keempat. Cetakan Kelima. Penerbit Ekonisia: Yogyakarta
- Taulu, Luice. 2011. " Prospek Pengembangan Kentang diLahan Kering Dataran Tinggi. Universitas Brawijaya
- Witjaksono, Armanto. 2006. "Akuntansi Biaya". Penerbit Graha Ilmu. Edisi Pertama: Yogyakarta
- .Witjaksono, Armanto. 2013. "Akuntansi Biaya". Edisi Revisi. Penerbit Graha Ilmu: Yogyakarta
- www.bps.go.id