

**ANALISIS PENERAPAN METODE *TARGET COSTING* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI UNTUK
MEMAKSIMALKAN LABA
(Studi Kasus Pada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka di Salatiga Tahun 2016)**

Roisatul Khasanah¹⁾, Kharis Raharjo²⁾, Hartono³⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Pandanaran Semarang

^{2), 3)} Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Pandanaran Semarang

ABSTRACT

This research is to intended support company in reducing production costs by target costing method. By redesigning the costs and without reducing the quality of the product, the company can obtain maximum profit from the selling price per product unit. Companies can also reduce wastes and can make savings before the product will be produced. The research was conducted at Kecap Kuda Kaloka company in Salatiga, is one of the companies that produce soy sauce.

Based on the results of research conducted, it can be concluded that with the implementation of target costing method can improve the efficiency of production costs in the Kuda Kaloka company. The company can earn a profit above the profit that the company wants. The company should also further improve the supervision of the expenditures on production and non-production costs.

Keywords: Target costing, Cost of Production, Value Engineering, Profit.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan membantu perusahaan dalam menekan biaya produksi dengan metode *target costing*. Dengan mendesain ulang biaya-biaya dan tanpa mengurangi kualitas dari produk tersebut, maka perusahaan dapat memperoleh laba yang maksimal dari harga jual per unit produk. Perusahaan juga dapat mengurangi pemborosan-pemborosan dan bisa melakukan penghematan sebelum produk akan diproduksi. Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka di Salatiga, adalah salah satu perusahaan yang memproduksi kecap.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penerapan metode *target costing* dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi di Perusahaan Kecap Kuda Kaloka. Perusahaan dapat memperoleh laba di atas laba yang perusahaan inginkan. Perusahaan juga harus lebih meningkatkan pengawasan terhadap pengeluaran biaya-biaya produksi maupun non produksi.

Kata kunci: *Target Costing*, *Biaya Produksi*, *Value Engineering*, *Laba*.

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis kata persaingan sudah biasa. Setiap perusahaan harus membangun strategi yang tetap untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Pastinya semua perusahaan ingin menang dalam persaingan. Tanpa memenangkan persaingan, perusahaan tidak akan berkembang dan secara otomatis perusahaan akan mengalami kebangkrutan. Dan untuk memenangkan persaingan perusahaan harus mampu berinovasi secara terus menerus agar menghasilkan produk yang berkualitas dan selalu diminati oleh konsumen. Selain berkualitas tentunya produk tersebut juga harus sesuai dengan standar harga pasar.

Perusahaan Kecap Kuda Kaloka merupakan perusahaan industri rumah tangga yang memproduksi kecap manis dan kecap asin. Perusahaan Kecap Kuda Kaloka perusahaan keluarga yang diwariskan secara turun temurun berdiri sejak tahun 1950 hingga sekarang dengan beberapa inovasi produk. Seperti kebanyakan perusahaan industri rumah tangga lainnya, selama ini Perusahaan Kecap Kuda Kaloka menentukan harga jual dihitung dari biaya produksi yang terjadi ditambah laba yang diinginkan. Apabila perusahaan tidak dapat mengendalikan biayanya, maka biaya produksi yang timbul akan tinggi dan laba diperoleh rendah. Penerapan metode semacam itu sering kali tidak sesuai dengan harga pasar yang dihadapi perusahaan. Perusahaan tidak selalu memiliki kemampuan mentukan harga jual produk seperti yang dikehendakinya, karena terdapat sejumlah pesaing dengan harga

tertentu. Sehingga persoalan pokok yang dihadapi perusahaan kecap kuda kaloka adalah bagaimana cara membuat produk dengan harga jual yang sudah ditentukan oleh pasar namun tetap menghasilkan laba yang tinggi. Agar dapat menghasilkan produk yang memiliki harga yang mampu bersaing dengan memiliki kualitas produk yang baik untuk memperoleh laba maka perusahaan harus mampu memilah, menyiasati atau bahkan mengurangi biaya atau aktifitas yang tidak diperlukan dalam proses produksi sehingga laba yang akan diperoleh semakin maksimal.

Salah satu tantangan akuntan manajemen untuk Perusahaan Kecap Kuda Kaloka adalah memberikan informasi tentang efisiensi biaya produksi kepada perusahaan yang bertujuan untuk membantu meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. Efisiensi biaya yang dimaksudkan adalah tindakan menurunkan biaya yang ada dalam produksi maupun non produksi. Efisiensi biaya produksi perusahaan harus memperhatikan efektivitas perusahaan dengan harapan seimbangannya antara efisiensi biaya produksi dan efektivitas produksi. Keseimbangan antara efisiensi biaya produksi dan efektivitas produksi menjadi penting karena efisiensi yang dilakukan terhadap biaya produksi diharapkan agar tidak sampai mengganggu efektivitas hasil produksi. Akuntan manajemen perlu mengetahui dan melakukan perbaikan melalui kebijakan pemilik usaha, dalam biaya yang sudah dikeluarkan tetapi juga berapa biaya yang seharusnya, yaitu

melalui penetapan biaya-biaya dan juga biaya yang aktual. Perusahaan Kecap Kuda Kaloka harus memilih metode yang tepat dalam menentukan biaya produksi sehingga harga dan produk yang ditawarkan dapat menarik dan memuaskan para konsumen.

Suatu alat atau metode yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah yang ada adalah dengan menggunakan metode *target costing*. Kekuatan pasar pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. *Target costing* diperlukan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan dalam rangka pengurangan biaya produksi yang pada akhirnya perusahaan akan memperoleh laba yang diharapkan. Metode ini dilakukan dengan upaya pengurangan pada semua biaya yang berhubungan dengan produk sebelum produk diproduksi.

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana penerapan metode *target costing* dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang maksimal.

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Akuntansi Manajemen

Menurut Rudianto (2013:9) akuntansi manajemen adalah sistem akuntansi dimana informasi yang dihasilkan ditujukan kepada pihak-pihak internal organisasi, seperti manajer keuangan, manajer produksi, manajer pemasaran dan sebagainya guna pengambilan keputusan internal organisasi. Itu berarti informasi yang dihasilkan dari sistem akuntansi manajemen sebuah etensitas dipakai

oleh pihak internal perusahaan itu sendiri untuk mendukung pengambilan keputusan manajemen organisasi tersebut.

Krismiaji dan Aryani (2011:15) mendefinisikan akuntansi manajemen adalah salah satu cabang ilmu akuntansi yang menghasilkan informasi untuk manajemen atau pihak intern perusahaan guna melaksanakan berbagai fungsi manajemen, mulai dari perencanaan, fungsi pengarah dan motivasi karyawan, fungsi koordinasi, fungsi pengendalian dan pengawasan, fungsi penilaian kinerja, fungsi pembuatan keputusan. Akuntansi manajemen juga adalah aplikasi praktis dari teknik manajemen untuk mengontrol dan melaporkan sumber daya keuangan pada suatu badan usaha yang meliputi analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk memeberikan pelaporan keuangan untuk pengambilan keputusan manajerial (Beke, 2010).

Kamaruddin (2011:3-4) menyatakan informasi akuntansi sering merupakan faktor penting dalam menganalisis alternatif, penyelesaian masalah. Alasannya ialah bahwa sebagai alternatif, biasanya mempunyai biaya dan manfaat tertentu yang dapat diukur dan digunakan sebagai masukan dalam memutuskan alternatif terbaik. Sementara, menurut simamora (2012:13) akuntansi manajemen adalah proses pengidentifikasian, pengukuran, penghimpunan, penganalisisan, penyusunan, penafsiran, dan pengkomunikasikan informasi keuangan yang digunakan oleh manajemen untuk merencanakan,

mengevaluasi, dan mengendalikan kegiatan usaha didalam sebuah organisasi serta memastikan penggunaan dan akuntabilitas sumber daya yang tepat.

Metode Target Costing

Menurut Rudianto (2013) *target costing* adalah metode penentuan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar yang kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan. Himawan dan Pendajaya (2013) *target costing* adalah suatu metode penentuan biaya produk berdasarkan harga yang bersedia dibayar oleh konsumen, yang bertujuan untuk mengurangi biaya agar target laba yang dikehendaki dapat tercapai. Malue (2013) adalah penentuan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut akan dapat memperoleh laba yang diharapkan.

Witjaksono (2006 : 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, atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya. Krismiaji dan Aryani (2011:335), menyatakan bahwa *target costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk baru dan kemudian merancang prototipe yang menguntungkan dengan kendala biaya yang maksimum yang telah ditetapkan.

Simamora (2012:340) menyatakan *target costing* atau biaya pokok sasaran adalah sebuah strategi dimana perusahaan pertama-tama menetapkan harga jual dimana mereka dapat menjual sebuah produk atau jasa baru, dan kemudian merancang sebuah produk atau jasa yang dapat diproduksi pada suatu biaya yang cukup rendah guna memberikan margin laba yang memadai. Menurut Supriyono (2002), *target costing* adalah suatu sistem untuk mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap pengembangan dan perencanaan produk tertentu, perubahan modal secara penuh ataupun perubahan modal secara teratur. Hansen dan Mowen (2006) mendefinisikan *target costing* sebagai metode untuk menentukan biaya produk atau jasa berdasarkan harga (*target price*) yang rela dibayar oleh konsumen.

Karakteristik Target Costing

Menurut Rudianto (2013:148) metode *target costing* memiliki beberapa karakteristik khusus yang membedakannya dengan metode yang lainnya, yaitu:

- a) *Target costing* digunakan pada tahap perencanaan dan desain. Tidak seperti *standard costing* yang digunakan pada tahap produksi, *target costing* lebih banyak digunakan pada tahap perencanaan dan desain.
- b) *Target costing* merupakan perencanaan biaya yang berujung pada pengurangan biaya, bukan pengendalian biaya.
- c) *Target costing* lebih cocok digunakan oleh perusahaan yang

berorientasi pada perakitan yang membuat beranekaragam produk dalam jumlah sedang dan sedikit dibandingkan dalam industri yang berorientasi pada proses yang ditandai dengan produksi yang terus menerus dan bersifat massal.

- d) *Target costing* digunakan untuk pengendalian spesifikasi desain dan teknik produksi. Oleh karena itu, *target costing* lebih banyak berorientasi pada manajemen dan teknik dibandingkan dengan akuntansi.

Prinsip-prinsip Penerapan *Target Costing*

Menurut Rudianto (2013:146) beberapa prinsip *target costing*, yaitu:

a. Harga jual mendahului biaya

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

- Harga pasar mendefinisikan rencana produk dan laba. Rencana tersebut harus selalu dianalisis agar portofolio produk perusahaan memberikan sumber daya hanya kepada produk yang menghasilkan margin laba yang konsisten dan dapat diandalkan.
- Proses *target costing* digerakkan oleh *competitive intelligence* dan analisis yang aktif. Pemahaman tentang latar belakang harga pasar digunakan untuk menandingi ancaman dan tantangan kompetitif.

b. Fokus pada pelanggan

Sistem *target costing* digerakkan oleh pasar. Persyaratan pelanggan atas kualitas, biaya, waktu secara simultan diintegrasikan ke dalam produk dan kepuasan proses, serta arah analisis biaya. Target biaya tidak boleh dicapai dengan mengorbankan tampilan yang diinginkan pelanggan, menurunkan kinerja atau keadaan suatu produk, atau menunda peluncuran produk di pasar.

c. Fokus pada desain

Sistem *target costing* mempertimbangkan desain produk dan proses sebagai kunci terhadap manajemen biaya. Perusahaan menghabiskan lebih banyak waktu pada tahap desain dan mengurangi waktu sampai ke pasar dengan menghilangkan perubahan yang mahal dan menghabiskan banyak waktu yang diperlukan di kemudian hari. Sebaliknya, metode reduksi biaya tradisional memfokuskan pada skala ekonomi, kurva pembelajaran, reduksi pemborosan, dan perbaikan hasil dalam mengelola biaya.

- Sistem *target costing* mengelola biaya sebelum biaya terjadi.
- Sistem *target costing* menantang insinyur melihat pengaruh biaya terhadap produk, teknologi, dan desain proses. Semua keputusan disaring berdasarkan besarnya biaya yang telah ditetapkan terlebih dulu.
- Sistem *target costing* mendorong semua bagian organisasi untuk menguji produk terlebih dulu sebelum dibuat.

Langkah mengimplementasikan metode *target costing*

Menurut Rudianto (2013:148) untuk mengimplementasikan metode *target costing* dalam perusahaan, terdapat serangkaian fase yang harus dilalui oleh perusahaan, yaitu:

1. Menentukan harga jual yang kompetitif
2. Menentukan laba yang diharapkan
3. Menetapkan target biaya
4. Melakukan rekayasa nilai (*value engineering*)
5. Menggunakan *kaizen costing* dan pengendalian operasi

Biaya

Biaya adalah sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat. Dalam akuntansi keuangan, pengeluaran atau pengorbanan pada saat diakuisisi diwakili oleh penyusutan saat ini atau dimasa yang akan datang dalam bentuk kas atau aktiva lain (Carter dan Usry, 2004:29) dan ada pula yang berpendapat bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 2005). Biaya adalah kas atau ekuivalen kas yang dikorbankan untuk membeli barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat bagi perusahaan saat sekarang atau untuk periode mendatang (Krismiaji dan Aryani, 2011:17).

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. Adapula yang beranggapan bahwa “biaya adalah pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu” (Witjaksono, 2006:6). Sementara, biaya menurut Simamora (2012:40) adalah kas atau setara kas yang dikorbankan (dibayarkan) untuk barang dan jasa yang diharapkan memberikan manfaat (pendapatan) pada saat ini atau di masa depan bagi perusahaan.

Klasifikasi Biaya

Carter dan Usry (2004:40) berpendapat bahwa klasifikasi biaya sangat penting guna membuat ikhtisar yang berarti atas data biaya. Klasifikasi yang paling umum digunakan berdasarkan pada hubungan antara biaya, antara lain:

1. Klasifikasi Biaya dalam Hubungan Antara Biaya dengan Produk.
2. Klasifikasi Biaya dalam Hubungan Antara Biaya dengan Volume produksi.
3. Klasifikasi Biaya dalam Hubungan Antara Biaya dengan Departemen Produksi atau Segmen Lain.
4. Klasifikasi Biaya dalam Hubungan Antara Biaya dengan Periode akuntansi.
5. Klasifikasi Biaya dalam Hubungan Antara Biaya dengan Suatu Keputusan, Tindakan, atau Evaluasi.

Biaya Produksi

Sutrisno (2008:3) menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Mulyadi (2000) mengemukakan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Supriyono (1983) menyatakan bahwa biaya produksi adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Kesimpulannya biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai yang siap dijual.

Biaya produksi pada perusahaan manufaktur terdiri atas unsur-unsur biaya sebagai berikut :

- a) Bahan langsung (*direct material*)
- b) Tenaga kerja langsung
- c) *Overhead* pabrik

Laba

Laba atau pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan operasi perusahaan pada periode tertentu di bidang usaha (Suraji, 2008 : 41). Perencanaan laba yang baik dan cermat tidaklah mudah karena teknologi berkembang dengan cepat dan faktor-faktor sosial, ekonomi dan politik berpengaruh kuat dalam dunia usaha (Usry 2004 : 3).

Laba yang berhasil dicapai oleh suatu perusahaan merupakan salah satu ukuran kinerja dan menjadi pertimbangan oleh para investor atau kreditur dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi atau untuk memberikan tambahan kredit.

Perusahaan yang melaporkan laba yang tinggi tentu akan menggembirakan investor yang menanamkan modalnya karena ia akan mendapatkan dividen atas tiap kepemilikan saham yang dimilikinya. Demikian pula halnya dengan kreditur, ia akan merasa yakin bahwa ia akan menerima pendapatan bunga dan pengembalian pokok pinjaman yang telah diberikan kepada perusahaan (Riyatno: 2007).

Supriyadi (2013:8) laba adalah selisih lebih antara pendapatan dan biaya yang timbul dalam kegiatan utama atau sampingan di perusahaan selama satu periode, karena laba pada suatu perusahaan atau unit usaha dijadikan sebagai tujuan utama, maka laba merupakan alat yang baik untuk mengukur prestasi dari pimpinan dan manajemen perusahaan, dengan kata lain efektivitas dan efisiensi dari suatu usaha secara garis besar dapat dilihat pada laba yang diraihinya.

Penelitian Tedahulu

Himawan & Pendajaya (2005) melakukan penelitian dengan judul Penerapan Metode *Target Costing* sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Mengoptimalkan Perencanaan Laba (Studi Kasus PT XYZ) menghasilkan Melalui proses *value engineering*, penerapan metode *target costing* dapat menghasilkan penghematan biaya produksi sebesar Rp10.789.466.075,00. *Drifting cost* yang sebelumnya Rp10.362.694,00 dapat ditekan menjadi Rp9.971.772,00 atau lebih kecil dari target cost sebesar

Rp9.987.600,00. Dengan penghematan tersebut laba target yang direncanakan untuk Motor X dapat dioptimalkan menjadi 18,13% dari perencanaan sebelumnya sebesar 18% per unit produk.

Adinegara & Raino melakukan penelitian dengan judul *Target Costing* untuk Produk Almari pada UD Mulya menghasilkan Perhitungan biaya produksi menggunakan *target costing* melalui tiga tahap yaitu *allowable cost*, *drifting cost*, dan *value engineering*. Dengan menggunakan *value engineering* didapat bahwa *drifting cost* yang semula lebih besar dari *allowable cost* dapat menjadi lebih rendah tanpa mengurangi fungsi dan kualitas.

Gerungan (2013) melakukan penelitian dengan judul Pendekatan *Traget Costing* sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi pada PT. Tropica Cocoprima Hasil penelitian perbandingan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, menurut perusahaan dengan menurut *target costing*, diketahui lebih efisien menggunakan *target costing*, dimana dengan menggunakan *target costing* perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya tahun 2011 sebesar 18,21 %, dan tahun 2012 sebesar 2,70 %.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yang berupa studi kasus. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan mengenai bagaimana keadaan perusahaan tersebut seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, *job description*, visi dan misi perusahaan, produksi perusahaan sampai pada data-data yang dibutuhkan untuk dapat menentukan harga jual produk dengan tepat dengan rancangan penelitian yang digunakan dalam studi kasus. Pada umumnya penelitian deskriptif merupakan penelitian non hipotesis. Adapun objek penelitian adalah penerapan *Target Costing* terhadap pemaksimalan laba perusahaan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini penelitian dilakukan pada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka di Salatiga yang beralamat Jalan Progo 151 Salatiga Jawa Tengah. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Desember 2016 – Mei 2017.

Jenis dan Sumber data

Jenis Data

- a. Data kualitatif adalah data berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Peneliti mengumpulkan data kualitatif melalui wawancara dengan pemilik dan karyawan dari Perusahaan Kecap Kuda Kaloka dalam rangka memperoleh data berupa sejarah tempat usaha, struktur organisasi dan data-data lain.

- b. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Dalam penelitian ini data-data yang dikumpulkan oleh peneliti berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead*, dan lain-lain selama tahun 2016 yang kemudian akan diolah oleh peneliti untuk menghasilkan informasi.

Sumber data

- a. Data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber pertama atau objek penelitian, dilakukan dengan mewawancarai langsung pemilik dan karyawan untuk memperoleh data yang diinginkan.
- b. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan mengambil data-data yang sudah ada diperusahaan dalam bentuk dokumen dan informasi lain terutama informasi biaya yang ada dalam proses produksi kemudian akan diolah oleh peneliti.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif komparatif, yaitu suatu metode yang dilakukan dengan mengumpulkan, mengklasifikasikan, serta menginterpretasikan data hasil pengolahan untuk menggambarkan hasil penelitian dan membandingkan perbandingan teknis (data sekunder) dengan keadaan yang sebenarnya pada perusahaan untuk kemudian mengambil kesimpulan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN
Biaya Bahan Baku Langsung**

Bahan Baku	Harga Bahan Baku per Kg/pack (Rp)
Gula Merah	13.000
Gula Tebu	2.500
Sari kedelai	4.000
Garam	1.000
Rempah-rempah	15.000

Tabel 4.1 Daftar Harga Bahan Baku Tahun 2016

Sumber : data perusahaan, 2016

Perhitungan biaya produksi per ml kecap

Tabel 4.2 Volume Produksi Kecap Kuda Terbang 155.750 ml 1x Produksi

Unsur biaya kecap kuda terbang	Satuan	Kebutuhan	Harga (Rp)	Kapasitas produksi (ml/1x produksi)	Jumlah biaya (Rp/1x produksi)
Gula merah	Kg/unit	180	13.000	155.750	2.340.000
Sari kedelai	Kg/unit	6	4.000	155.750	24.000
Garam	Bungkus /unit	18	1.000	155.750	18.000
Rempah-rempah	Bungkus /unit	1	15.000	155.750	15.000
Sub total					2.397.000

Sumber : data diolah, 2017

Tabel 4.2 Volume Produksi Kecap Kaloka 155.750 ml 1x Produksi

Unsur biaya kecap kuda terbang	Satuan	Kebu- - tuan	Harga (Rp)	Kapasitas produksi (ml/1x produksi)	Jumlah biaya (Rp/1x produksi)
Gula merah	Kg/unit	450	2.500	155.750	1.125.000
Sari kedelai	Kg/unit	5	4.000	155.750	20.000
Garam	Bungkus /unit	18	1.000	155.750	18.000
Rempah-rempah	Bungkus /unit	1	15.000	155.750	15.000
Sub total					1.178.000

Sumber : data diolah, 2017

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 4.3 Data Biaya Tenaga Kerja Langsung

Jumlah Tenaga Kerja	Gaji/JKL (Rp)	Waktu Pengerjaan	Biaya (Rp)
10	5.000	6 jam	300.000

Sumber : wawancara, 2017

Biaya Overhead Pabrik

Tabel 4.4 Daftar Harga Bahan Baku Tidak Langsung

Bahan Baku Tidak Langsung	Harga Bahan per box/roll/rim (Rp)
Botol kecil	10.500.000
Plastik 1	200.000
Plastik 2	120.000
Botol kaca	1.100
Segel	100.000
Label	300.000

Sumber : data perusahaan, 2016

Tabel 4.5 Biaya Overhead Pabrik

	Biaya per Bulan (Rp)	Total Produksi per Bulan (unit)
Listrik + air	100.000	9.948
Telepon	50.000	9.948
Bahan bakar	280.000	9.948

Biaya Pemasaran

Tabel 4.6 Biaya Pemasaran per Bulan

Jenis biaya	Biaya (Rp)	Jumlah per bulan	Total biaya (Rp)
Biaya pengiklanan	20.000	4	80.000
Biaya Pengiriman	100.000	4	400.000
			480.000

Sumber: wawancara dan data diolah, 2017

Analisis dan Pembahasan

Berikut adalah langkah-langkah penerapan metode *target costing target costing* yang dilakukan pada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka:

1. Menentukan harga jual yang kompetitif

Saat ini Perusahaan kecap kuda kaloka memiliki beberapa jenis produk kecap yang diproduksi.

Tabel 4.7 Daftar Produk dan Harga Kecap

Jenis item	Ukuran	Harga
Kuda terbang	Botol kecil 140 ml	Rp 4.400
	Refill 350 ml	Rp 7.500
	Refill 700 ml	Rp 13.800
Kaloka	Botol besar 650 ml	Rp 14.000
	Botol kecil 140 ml	Rp 3.000
	Refill 350 ml	Rp 4.200
	Refill 700 ml	Rp 7.400
	Botol besar 650 ml	Rp 8.000

Sumber: data perusahaan 2016

2. Menentukan laba yang diharapkan
Target laba yang diharapkan adalah 15% dari harga jual per unit produk.

3. Menghitung biaya target (*target cost*) pada harga pasar yang dikurangi dengan laba yang diharapkan

$$\text{Target biaya} = \text{harga pasar} - \text{Laba yang di inginkan}$$

- Untuk kecap Kuda Terbang botol kecil 140 ml
Target biaya = Rp 4.400 – (15% x Rp4.400)
= Rp 3.740
- Untuk kecap Kuda Terbang *refill* 350 ml
Target biaya = Rp 7.500 – (15% x Rp7.500)
= Rp 6.375
- Untuk kecap Kuda Terbang *refill* 700 ml
Target biaya = Rp 13.800 – (15% x Rp 13.800)
= Rp 11.730
- Untuk kecap Kuda Terbang botol besar 650 ml
Target biaya = Rp 14.000 – (15% x Rp 14.000)
= Rp 11.900
- Untuk kecap Kaloka botol kecil 140 ml
Target biaya = Rp 3.000 – (15% x Rp3.000)
= Rp 2.550
- Untuk kecap Kaloka *refill* 350 ml
Target biaya = Rp 4.200 – (15% x Rp4.200)
= Rp 3.570
- Untuk kecap Kaloka *refill* 700 ml
Target biaya = Rp 7.400 – (15% x Rp7.400)
= Rp 6.290

- Untuk kecap Kaloka botol besar 650 ml
Target biaya = Rp 8.000-(15% x Rp8.000)
= Rp 6.800
- 4. Menggunakan rekayasa nilai (*value engineering*) untuk mengidentifikasi cara yang dapat menurunkan biaya produk.

Usulan Pengurangan Biaya

1. Hasil pengamatan: Label bisa diperkecil ukurannya. Usulan: Label senilai Rp 300.000 yang semula menghasilkan 5.000 lembar dapat diperkecil sehingga menghasilkan 6.000 lembar. Pengurangan biaya: Rp 300.000 : 5000 = Rp 60
Menjadi Rp 300.000 : 6000 = Rp 50
Biaya berkurang Rp 10 /lembar
2. Hasil pengamatan: Pengiriman botol kecil bisa diambil sendiri. Usulan: jasa pengiriman dari luar kota terlalu mahal Rp 1.200.000 bisa diambil sendiri dihitung hanya habis sekitar Rp 700.000. Pengurangan biaya: jadi total biaya berkurang Rp 1.200.000 – Rp 700.000 = Rp 500.000.
3. Hasil pengamatan: Plastik pembungkus yang digunakan dalam kemasan *refill* terlihat ada pemborosan. Usulan: Plastik pembungkus luar atau plastik 2 yang 2 lapis bisa hanya dengan menggunakan 1 lapis saja. - Untuk kemasan *refill* 350 ml yang semula menghasilkan 3.000 bisa menjadi 6.000 pcs. - Untuk kemasan *refill* 700 ml yang semula menghasilkan 1400 bisa menjadi 2.800. Pengurangan biaya: - Kemasan *refill* 350 ml Rp 120.000 : 6.000 =

- Rp 20. - Kemasan *refill* 700 ml Rp 120.000 : 2.800 = Rp 42,85. Jadi biaya berkurang untuk kemasan *refill* 350 ml /unit adalah Rp 40 – Rp 20 = Rp 20 sedangkan untuk kemasan *refill* 700 ml Rp 85,7 – Rp 42,85 Rp 42,85.
4. Hasil pengamatan: Terlihat bahwa kelebihan karyawan menurunkan efisiensi dan waktu kerja yang digunakan kurang maksimal tanpa ada target dan ada beberapa proses yang diganti kemungkinan juga dapat menghemat waktu pengerjaan. Usulan: Karyawan dikurangi 2 karena menurut pengamatan 8 karyawan cukup untuk menyelesaikan semua kegiatan produksi dengan sistem kerja target dan pengiriman. Pengurangan biaya: Gaji 8 karyawan Rp 600.000 dikurangi gaji untuk 2 orang karyawan Rp 120.000 Penghematan total biaya berkurang Rp 120.000.
 5. Hasil pengamatan: Botol kaca kurang efisien selain harganya yang tinggi sebelum botol dipakai botol – botol harus dicuci dan disterilkan terlebih dahulu selain itu pada tutup botol kaca harus di segel biar kuat. Usulan: dengan menggunakan botol mika seperti yang digunakan pada kecap botol kecil 140 ml, untuk 650 ml bisa juga menggunakan botol mika selain tidak harus di cuci, tutup botol juga tidak perlu di segel dan juga lebih hemat waktu pengerjaan. harga botol kaca Rp 1.100, harga botol mika Rp 1.000. Pengurangan biaya: Biaya berkurang dari Rp 1.100 menjadi Rp 1.000, itu artinya ada

penghematan Rp 100 dan juga lebih hemat waktu dan tenaga.

6. Hasil pengamatan: Iklan koran dilakukan seminggu sekali. Usulan: Iklan koran dilakukan sebulan sekali dan pemasaran dibantu dengan memasang iklan di situs jual beli online. Biaya yang dikeluarkan Rp 0. Pengurangan biaya: biaya iklan Rp 20.000 x 4 kali = Rp 80.000 Menjadi biaya iklan Rp 20.000 x 1 kali = Rp 20.000 biaya berkurang Rp 60.000.

Berdasarkan usulan pengurangan biaya produksi yang di rekomendasikan diperoleh total biaya sebagai berikut:

Tabel 4.8 Daftar Harga Bahan Baku Tahun 2016

Bahan Baku	Harga Bahan Baku per Kg/pack (Rp)
Gula Merah	13.000
Gula Tebu	2.500
Sari kedelai	4.000
Garam	1.000
Rempah–rempah	15.000

Sumber : data perusahaan, 2016

Perhitungan biaya produksi per ml kecap

Tabel 4.9 Volume Produksi Kecap Kuda Terbang 155.750 ml 1x Produksi

Unsur biaya kecap kuda terbang	Satuan	Kebutuhan	Harga (Rp)	Kapasitas produksi (ml/1x produksi)	Jumlah biaya (Rp/1x produksi)
Gula merah	Kg/unit	180	13.000	155.750	2.340.000
Sari kedelai	Kg/unit	6	4.000	155.750	24.000
Garam	Bungkus/unit	18	1.000	155.750	18.000
Rempah-rempah	Bungkus/unit	1	15.000	155.750	15.000
Sub total					2.397.000

Sumber : data diolah, 2017

Tabel 4.10 Volume Produksi Kecap Kaloka 155.750 ml 1x Produksi

Unsur biaya kecap kuda terbang	Satuan	Kebutuhan	Harga (Rp)	Kapasitas produksi (ml/1x produksi)	Jumlah biaya (Rp/1x produksi)
Gula merah	Kg/unit	450	2.500	155.750	1.125.000
Sari kedelai	Kg/unit	5	4.000	155.750	20.000
Garam	Bungkus/unit	18	1.000	155.750	18.000
Rempah-rempah	Bungkus/unit	1	15.000	155.750	15.000
Sub total					1.178.000

Sumber : data diolah, 2017

Tabel 4.11 Data Biaya Tenaga Kerja Langsung Alternatif

Jumlah Tenaga Kerja	Gaji/JKL (Rp)	Waktu Pengerjaan	Biaya (Rp)
8	5.000	6 jam	240.000

Sumber : data alternatif yang diolah, 2017

Tabel 4.12 Daftar Harga Bahan Baku Tidak Langsung Alternatif

Bahan Baku Tidak Langsung	Harga Bahan per box/roll/rim (Rp)
Botol kecil	10.000.000
Plastik 2 untuk 350 ml	120.000/6.000
Plastik 2 untuk 700 ml	120.000/2.800
Botol besar	1.000
Label	300.000
Botol kecil	10.000.000

Sumber : data alternatif yang diolah, 2017

Tabel 4.13 Biaya Overhead Pabrik

	Biaya per Bulan (Rp)	Total Produksi per Bulan (unit)
Listrik + air	100.000	9.948
Telepon	50.000	9.948
Bahan bakar	280.000	9.948

Sumber : wawancara, 2017

Tabel 4.14 Perbandingan biaya yang dikeluarkan perusahaan, yang diinginkan perusahaan dan dengan menurut *target Costing*

Jenis produk	Biaya Perusahaan (Rp)	Biaya dengan Laba 15% (Rp)	Biaya Menurut <i>Target costing</i> (Rp)
Kecap kuda terbang botol kecil 140 ml	3.781,24	3.740	3.584,75
Kecap kuda terbang <i>refill</i> 350 ml	6.431,6	6.375	6.218,21
Kecap kuda terbang <i>refill</i> 700 ml	11.922,56	11.730	11.686,33
Kecap kuda terbang botol besar 650 ml	12.111,6	11.900	11.768,21
Kecap kaloka botol kecil 140 ml	2.683,64	2.550	2.487,15
Kecap kaloka <i>refill</i> 350 ml	3.687,6	3.570	3.474,21
Kecap kaloka <i>refill</i> 700 ml	6.434,56	6.290	6.198,33
Kecap kaloka botol besar 650 ml	7.015,6	6.800	6.672,21

Sumber: data alternatif yang diolah, 2017

Tabel 4.15 Perbandingan persentase laba sebelum dan sesudah dilakukan *target costing*

Jenis produk	Biaya Perusahaan		Biaya Menurut <i>Target costing</i> (Rp)	
	Rp	%	Rp	%
Kecap kuda terbang botol kecil 140 ml	3.781,24	14,06	3.584,75	18,53
Kecap kuda terbang <i>refill</i> 350 ml	6.431,6	14,25	6.218,21	17,09
Kecap kuda terbang <i>refill</i> 700 ml	11.922,56	13,6	11.686,33	15,31
Kecap kuda terbang botol besar 650 ml	12.111,6	13,49	11.768,21	15,94
Kecap kaloka botol kecil 140 ml	2.683,64	10,55	2.487,15	17,1
Kecap kaloka <i>refill</i> 350 ml	3.687,6	12,2	3.474,21	17,28
Kecap kaloka <i>refill</i> 700 ml	6.434,56	13,05	6.198,33	16,24
Kecap kaloka botol besar 650 ml	7.015,6	12,3	6.672,21	16,6

Sumber: data alternatif yang diolah, 2017

Dalam upaya menghemat dan menekan biaya yang dikeluarkan dengan menggunakan tahapan rekayasa nilai (*value engineering*) yang dilakukan oleh tahap perancangan produk yaitu mendesain ulang kemasan produk dan mengurangi pemborosan-pemborosan yang terjadi supaya lebih efisien. Hasil perbandingan biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan menurut penulis menggunakan metode *target costing* dapatlah dikatakan bahwa dengan penerapan metode *target costing* lebih efisien jika dibandingkan dengan menurut perusahaan. Hal ini dapat dilihat bahwa persentase laba menurut *target costing* diatas 15% lebih besar dari target laba yang diinginkan perusahaan.

Penerapan metode *target costing* sebagai alternatif yang penulis rekomendasikan kepada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka agar dapat menekan biaya produksinya guna mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan target laba yang diinginkan oleh perusahaan bahkan lebih diatas target laba yang diinginkan

Perusahaan Kecap Kuda kaloka dapat memaksimalkan laba dengan mengganti bahan baku tidak langsung, mengurangi aktivitas-aktivitas yang tidak perlu dalam proses produksi maupun non produksi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil analisis perbandingan biaya menurut perusahaan dengan menurut metode *target costing*

menunjukkan bahwa penerapan metode *target costing* dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi di Perusahaan Kecap Kuda Kaloka.

2. Berdasarkan hasil analisis penerapan metode *target costing* yang menunjukkan bahwa penerapan metode *target costing* lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan perusahaan selama ini, dimana dengan metode penerapan *target costing* perusahaan dapat memperoleh laba diatas 15% yang semula perusahaan hanya memperoleh laba dibawah 15%.
3. Metode *Target costing* merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan Kecap Kuda Kaloka, dapat diketahui perbedaan jumlah total biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan sebelum dan setelah menggunakan metode *target costing*. Biaya yang dikeluarkan perusahaan sebelumnya untuk kecap Kuda Terbang botol kecil 140 ml adalah Rp 3.781,24 setelah menggunakan metode *target costing* menjadi Rp 3.584,75 sehingga penghematan biaya sekitar Rp 196,49 /unit, kecap Kuda Terbang *refill* 350 ml adalah Rp 6.431,6 setelah menggunakan metode *target costing* menjadi Rp 6.218,21 sehingga penghematan biaya sekitar Rp 213,39 /unit, kecap Kuda Terbang *refill* 700 ml adalah Rp 11.922,56 setelah menggunakan metode *target costing* Rp 11.686,33 sehingga penghematan biaya sekitar Rp 236,23 /unit, kecap Kuda Terbang botol kaca 650 ml

adalah Rp 12.111,6 setelah menggunakan metode *target costing* Rp 11.768,21 sehingga penghematan biaya sekitar Rp 343,39 /unit, kecap Kaloka botol kecil 140 ml adalah Rp 2.683,64 setelah menggunakan metode *target costing* menjadi Rp 2.487,15 sehingga penghematan biaya sekitar Rp 196,49 /unit, kecap Kaloka *refill* 350 ml adalah Rp 3.687,6 setelah menggunakan metode *target costing* menjadi Rp 3.474,21 sehingga penghematan biaya sekitar Rp 213,39 /unit, kecap Kaloka *refill* 700 ml adalah Rp 6.434,56 setelah menggunakan metode *target costing* Rp 6.198,33 sehingga penghematan biaya sekitar Rp 236,23 /unit, kecap Kaloka botol kaca 650 ml adalah Rp 7.015,6 setelah menggunakan metode *target costing* Rp 6.672,21 sehingga penghematan biaya sekitar Rp 343,39 /unit.

Saran

Perusahaan sebaiknya menerapkan metode *target costing* sebagai alat perencanaan produksi kecap kuda terbang maupun kecap kaloka dan memperhatikan efisiensi dalam penggunaan biaya produksi. Dalam perkembangan pasar yang ketat, konsumen menjadi semakin pintar dalam membelanjakan uang yang dimiliki. Jadi, perusahaan harus menekankan pada harga yang rela dibayar oleh konsumen tetapi tetap memperhatikan kualitas dari barang tersebut. Jika perusahaan menerapkan harga yang terlalu tinggi, konsumen memiliki banyak pilihan untuk

membeli barang serupa dengan harga yang lebih murah. Metode *target costing* memberikan gambaran kepada perusahaan agar berhasil dalam mengembangkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Beke, Jenő. 2010. *Accounting Management by International Standards. International Journal of Business and Management*. Vol.5 No. 5. Hungaria.
- Garrison et al. (2006). “*Managerial Accounting*”. Terjemahan Nuri Hinduan, Salemba Empat, Jakarta.
- Gerungan, Henri. 2013. Pendekatan *Target Costing* Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi pada PT. Tropica Cocoprima. *Jurnal EMBA* Vol 1, No 3. Universitas Sam Ratulangi Manado. Hal.863-870.
- Hansen, D.R, dan M.M. Mowen, 2004, *Akuntansi Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kamaruddin, Ahmad. 2011. *Akuntansi Manajemen Dasar-Dasar Konsep Biaya Dan Pengambilan Keputusan*. Rajawali Grafindo Persada, Jakarta.
- Krismiaji dan Aryani, Y anni. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Kedua. STIM YKPN, Yogyakarta.

- Malue, Jurgen. 2013. Analisis Penerapan *Target Costing* Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi pada PT. Celebes Mina Pratama. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.3. Manado. Hal.949-957.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat & Rekayasa*. Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- Pendajaya, Himawan. 2005. Penerapan Metode *Target Costing* sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Mengoptimalkan Laba (Studi Kasus PT XYZ). *Jurnal ESENSI* 8(2): 7-27.
- Priyadi, M. P. 2006. Akuntansi Biaya: Pendekatan Tradisional dan Kontemporer. Edisi Kedua. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya
- Rahayu, Apriyanti. 2014. Penerapan Metode *Target Costing* dalam Perhitungan Harga pokok Produksi. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol.3 No 4. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, H. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 3. Star Gate Publisher. Riau.
- Sugiri Slamet, 2001, *Akuntansi Manajemen*, edisi revisi, Penerbit: UUP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Supriyono, R. A. 1997. *Akuntansi Biaya Dan Akuntansi Manajemen Untuk Teknologi Maju Dan Globalisasi*. Edisi Pertama. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Supriyadi, H. 2013. Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Tandiontong, Mathius dan Natalia Fany Anggraini. 2011. "Peranan *Target Costing* dalam Pengendalian Biaya Produksi (Studi Kasus pada CV Bandung Mulia)". *Jurnal Paramadina*, Vol.1 No.3.
- T. C. Caroline., H.R.N. Wokas. Analisis Penerapan *Target Costing* dan *Activity-Based-Costing* sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Pengendalian Biaya Produksi pada UD. Bogor Bakery. *Jurnal EMBA*. Vol.4 No.1. Universitas Sam Ratulangi Manado. Hal.593-603.
- Usry Carter. 2005. *Akuntansi Biaya*. Edisi 13. Jakarta. Salemba Empat.
- Witjaksono, A. 2006. *Akuntansi Biaya*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.