

Analisis Penerapan Metode *Target Costing* Dalam Upaya Meningkatkan Laba Penjualan Usaha Mikro *Virgin Coconut Oil (VCO)* Indococo Airmadidi

Epiphania Ponomban¹, Victorina Z. Tirayoh², Djeini Maradesa³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia

Article Info

Article history:

Received September 18, 2024

Revised September 19, 2024

Accepted September 20, 2024

Keywords:

Target Costing,
Biaya Produksi,
Laba

Keywords:

Target Costing,
Production Cost,
Profit

ABSTRAK

Target Costing adalah metode atau strategi yang memungkinkan perusahaan untuk menargetkan biaya produk berdasarkan pada harga jual yang diharapkan para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah penerapan target costing dapat membantu mengurangi biaya produksi dan meningkatkan keuntungan di Usaha Mikro Virgin Coconut Oil (VCO) Indococo Sejahtera. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, di mana data dikumpulkan melalui wawancara dan kemudian dideskripsikan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengurangi biaya produksi sehingga meningkatkan laba dari 51,4% meningkat menjadi 54,5% dengan menerapkan metode target costing.

ABSTRACT

Target Costing is a method or strategy that allows companies to set product costs based on the expected selling price desired by consumers. This study aims to evaluate whether the implementation of target costing can help reduce production costs and increase profits at the Virgin Coconut Oil (VCO) Micro Business Indococo Sejahtera. The analytical method used in this research is descriptive qualitative, where data is collected through interviews and then described. The type of research used is descriptive qualitative. The results of the study show that the company can reduce production costs, thereby increasing profits from 51,4% to 54,5% by applying the target costing method.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author:

Epiphania Ponomban
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi,
Manado, Indonesia
Email: vennaponomban@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia usaha saat ini yang sangat berkembang pesat yang dipenuhi dengan banyaknya perusahaan baru yang muncul, menyebabkan terjadinya persaingan antar usaha dari berbagai kalangan baik dari perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Perusahaan kecil

biasa dikenal dengan sebutan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pertumbuhan ekonomi dapat semakin meningkat dengan banyaknya UMKM tercipta dari masyarakat yang ingin memulai menjadi pelaku usaha kecil. UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah yang paling besar dalam perekonomian Indonesia.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah dengan diterbitkannya PP NO.7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Usaha Mikro dan Usaha Kecil, yang termasuk UMKM menurut kriteria hasil penjualan tahunan antara lain; Usaha Mikro yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 2 Miliar, Usaha Kecil yang memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2 Miliar maksimal sampai Rp 15 Miliar, dan Usaha Menengah yang memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 15 Miliar dengan nominal maksimal sampai Rp 50 Miliar [1]. UMKM dapat membantu perekonomian Indonesia dengan membuka lapangan pekerjaan sebagai upaya menanggulangi pengangguran di Indonesia [2].

Dalam menghadapi persaingan, perusahaan diharapkan dapat menghasilkan produk dengan kualitas serta harga yang dapat diterima oleh pasar dan konsumen namun dengan tetap harus mempertimbangkan tingkat laba yang dapat diperoleh [3]. Perusahaan harus melihat kondisi pasar dan konsumen. Beragamnya kebutuhan para konsumen merupakan tantangan sekaligus peluang bagi perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan manajemen biaya yang membantu dalam bersaing dan mendapatkan tingkat laba yang diharapkan.

Perusahaan dapat menggunakan berbagai macam strategi dalam menentukan harga terbaik untuk produk yang ditawarkan, salah satunya ialah metode *Target Costing*. Metode ini merupakan metode yang dapat digunakan perusahaan untuk menentukan poin harga dan informasi lainnya tentang produk sebelum diproduksi. *Target Costing* memungkinkan perusahaan merencanakan harga produk baru sebelum diproduksi dan merancang produk yang memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus memenuhi tujuan keuntungan perusahaan [4]. Namun, masih banyak UMKM menggunakan metode tradisional dalam kegiatan operasionalnya membuat sulit untuk mencapai target laba yang maksimal. Metode ini menentukan harga jual sesuai dengan biaya yang dikeluarkan pada saat produksi dan menggunakan harga pesaing. Akibatnya pendapatan dalam perusahaan tidak stabil karena penjualan mengalami naik turun. Agar dapat mempertahankan posisi kompetitif di tengah persaingan maka perusahaan harus menerapkan metode atau strategi dalam menetapkan harga [5].

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *target costing* dianggap lebih efisien dalam menetapkan harga jual produk yang sesuai dengan daya beli konsumen, sehingga berdampak pada peningkatan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nisfa Nisfiani M. Sidik dan Gatot Wahyu Nugroho (2022), penerapan metode *target costing* telah berhasil meningkatkan laba dari UMKM Sinar Terang Awning menjadi 17,75% dari yang sebelumnya 11,83% dengan selisih 5,92% dan dapat menghemat biaya produksi dari Rp. 57.744.162 menjadi Rp. 53.870.160 [6]. Hasil penelitian dari penggunaan *target costing* bisa menjadi pedoman untuk menghitung biaya produksi dengan lebih baik dan untuk mencapai laba yang lebih tinggi dengan cara menggunakan biaya produksi secara efisien. Namun masih sedikit UMKM, khususnya di Manado yang menerapkan metode ini sehingga diharapkan bisa semakin berkembang sehingga dapat meningkatkan perekonomian Indonesia menjadi lebih baik.

Usaha Mikro Virgin Coconut Oil (VCO) Indococo merupakan usaha yang bergerak dalam bidang produksi minyak kelapa murni. Produk ini memiliki 2 jenis ukuran yaitu 120ml dan 250 ml. Produk ini diproduksi oleh CV Emka Indococo Sejahtera di Kecamatan Airmadidi, Minahasa Utara dan untuk proses produksi dilakukan setiap hari. VCO Indococo ini masih memakai metode tradisional dalam penentuan harga jual produk di mana masih berdasarkan perkiraan dari pemilik dan jumlah pengeluaran biaya produksi yang tidak tepat. Biaya produksi tersebut tidak diperhitungkan dengan baik sehingga menyebabkan pada laba perusahaan. Usaha mikro VCO Indococo membutuhkan manajemen perusahaan dalam membantu memaksimalkan laba, salah satunya yaitu dengan penetapan harga berdasarkan metode *target costing*. VCO Indococo termasuk perusahaan kecil yang dapat menggunakan metode *target costing*.

VCO Indococo dipilih sebagai objek penelitian sebagai sampel pelaku UMKM di Sulawesi Utara. Alasan peneliti melakukan penelitian ini dikarenakan VCO Indococo masih menggunakan metode tradisional dalam perhitungan dan pengelolaan biaya yang berdampak akan tingginya biaya produksi dan laba yang di dapat belum maksimal. Peneliti ingin memberikan solusi untuk menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produk sehingga memperoleh laba yang maksimal sesuai yang diinginkan perusahaan. Dengan melakukan penelitian menggunakan metode *target costing*, dapat mengurangi total biaya dari sebelumnya, sehingga bisa mendapatkan laba yang maksimal tanpa harus menaikkan harga jual produk. [7].

2. METODE

2.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu menggambarkan bagaimana penerapan *target costing* sebagai alat pengendalian biaya produksi dalam meningkatkan laba pada usaha mikro VCO Indococo. Peneliti melakukan secara langsung ke sumber data yang diperoleh dari rekaman, pengamatan, atau bahan tertulis.

2.2 Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data

2.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif yang merupakan data yang diperoleh dari bagian yang mengelola laporan keuangan dan produksi pada CV. Emka Indococo Sejahtera yang dimana peneliti meminta laporan bulan November tahun 2023.

2.2.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, yaitu seluruh data yang diperoleh langsung oleh penulis dari perusahaan yang merupakan informan lisan maupun tulisan mengenai keadaan perusahaan berupa gambaran umum perusahaan, informasi biaya dan beberapa data-data keuangan lain yang berkaitan dengan penelitian. [8].

2.3 Metode dan Proses Analisis

2.3.1 Metode Analisis

Penelitian menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif kualitatif adalah suatu proses dimana peristiwa analisis data dengan cara mendeskripsikan dan dirangkum dari data yang telah terkumpul melalui wawancara atau observasi langsung di lapangan [9].

2.3.2 Proses Analisis

Proses analisis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar pertanyaan dan melakukan wawancara untuk memperoleh data dari pemilik usaha mikro VCO Indococo.
2. Membuat perhitungan dan perincian biaya produksi yang dikeluarkan dalam proses produksi sebagai pembanding awal.
3. Menerapkan *target costing* sebagai alternatif pembanding kedua.
4. Membandingkan perhitungan harga pokok produk yang dilakukan oleh unit usaha dengan perhitungan harga pokok produk dengan menggunakan metode *target costing*.
5. Membandingkan perolehan laba yang diperoleh unit usaha sebelum dan sesudah menerapkan metode *target costing*.

Melakukan analisa hasil dan menarik kesimpulan dari penggunaan *target costing* pada usaha mikro VCO Indococo

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perhitungan Biaya Produksi dan Non Produksi VCO Indococo

Berdasarkan rincian biaya yang sudah diuraikan sebelumnya, maka peneliti akan menghitung jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk produksi VCO Indococo per bulan. Berikut adalah total biaya produksi dan non produksi VCO Indococo untuk bulan November 2023 :

Tabel 1. Total Biaya Produksi dan Non Produksi CV. Emka Indococo Sejahtera

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 23.400.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 5.400.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 6.499.000
Biaya Penjualan	Rp. 1.000.000
Total Biaya	Rp. 36.299.000

Tabel 1 menunjukkan total biaya produksi dan non produksi VCO Indococo selama bulan November 2023 dengan jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp. 36.299.000. Karena perusahaan belum melakukan pembukuan dengan benar, maka peneliti melakukan pencatatan dan perhitungan laba rugi dengan tujuan untuk mengetahui pendapatan atau laba yang diperoleh setiap bulan. Berikut adalah laporan laba rugi dari peneliti sesuai dengan data hasil wawancara yang bisa digunakan oleh CV. Emka Indococo Sejahtera :

Tabel 2. Laporan Laba Rugi Sebelum *Target Costing*

CV. Emka Indococo Sejahtera Laporan Laba Rudi Periode 30 November 2023	
Penjualan	Rp. 74.700.000

Dikurangi	
HPP	Rp. 35.299.000
Beban Penjualan	<u>Rp. 1.000.000-</u>
Laba Rugi	Rp. 38.401.000

Berdasarkan perhitungan laba rugi di atas, diketahui laba yang diperoleh untuk penjualan VCO Indococo dalam sebulan sebesar Rp. 38.401.000. Sementara pemilik usaha ini menyatakan bahwa sebelum adanya pandemi dan kenaikan biaya bahan tidak langsung usaha ini bisa memperoleh laba lebih dari itu untuk setiap bulannya. Penjualan setiap harinya mengalami penurunan, yang semula laba 54% turun menjadi 51%, sehingga perlu digunakannya metode *target costing* sebagai salah satu alternatif untuk memperhitungkan kembali biaya produksinya.

3.2 Penerapan *Target Costing*

3.2.1 Analisa Harga Pasar

Menganalisa harga pasar memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui harga yang ditetapkan pesaing. Ada beberapa pesaing yang menawarkan produk yang sama dengan VCO hasil produk CV. Emka Indococo Sejahtera.

Tabel 3. Daftar Harga Jual Produk

Jenis Kemasan	Harga
120 ml	Rp. 30.000
250 ml	Rp. 50.000

Dalam satu hari perusahaan memproduksi 80 botol berukuran 120 ml dan 35 botol berukuran 250 ml, sehingga dalam satu bulan (18 hari kerja) perusahaan dapat memproduksi 1.050 botol berukuran 120 ml dan 510 botol berukuran 250 ml. Berikut total rincian penjualan VCO Indococo (bulan dan tahun).

Tabel 4. Penjualan VCO Indococo

Jenis Kemasan	Harga per botol	Jumlah Botol per Bulan	Penjualan Bulanan (Rp)	Penjualan Tahunan (Rp)
120 ml	Rp. 30.000	1.440	Rp. 43.200.000	Rp. 518.400.000
250 ml	Rp. 50.000	630	Rp. 31.500.000	Rp. 378.000.000
Total			Rp. 74.700.000	Rp. 896.400.000

3.3.2 Target Laba

Pada penelitian ini peneliti ingin meningkatkan laba sesuai dengan yang diharapkan dari hasil produksi oleh CV. Emka Indococo Sejahtera adalah meningkat sebanyak 3% dari total presentase laba sebelumnya menjadi sekitar dari total penjualan per unit. Maka peneliti memberikan Solusi untuk meningkatkan laba perusahaan dengan menggunakan metode *target costing* sebagai salah satu alternatif.

3.3.2.1 Menentukan Target Biaya (*Target Costing*)

Setelah mengetahui harga jual pasar yang kompetitif dan target laba yang diinginkan perusahaan, target biaya dari produk VCO Indococo dapat dihitung dengan perhitungan sebagai berikut [10]:

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

1. Perhitungan *target costing* untuk produk VCO Indococo kemasan 120 ml

Target biaya = Harga Jual – target laba
= Rp. 30.000 – (54% x Rp. 30.000)
= Rp. 30.000 – Rp 16.200

Per Unit = Rp. 13.800

Per Hari = Rp. 13.800 x 80 unit = Rp. 1.104.000

Per Bulan = Rp. 13.800 x 1.440 unit = Rp. 19.782.000

2. Perhitungan *target costing* untuk produk VCO Indococo kemasan 250 ml

Target biaya = Harga Jual – target laba
= Rp. 50.000 – (54% x Rp. 50.000)
= Rp. 50.000 – Rp 27.000

Per Unit = Rp. 23.000

Per Hari = Rp. 23.000 x 35 unit = Rp. 805.000

Per Bulan = Rp. 23.000 x 630 unit = Rp. 14.490.000

Perhitungan *target costing* untuk VCO Indococo jika dikalkulasikan untuk semua jenis kemasan sebesar Rp. 34.272.000/bulan.

3.3.2.2 Melakukan Rekayasa Nilai (*Value Engineering*)

Rekayasa nilai digunakan untuk mengevaluasi dan menganalisis komponen-komponen biaya dalam produk agar dapat diketahui apakah biayanya dapat dikurangi dengan memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan. Dalam hal ini peneliti melakukan diskusi dengan perusahaan mengenai komponen biaya yang dapat dikurangi. Berdasarkan hasil wawancara maka ditentukan komponen biaya yang dapat dikurangi perusahaan yaitu dari beberapa bahan. Adapun alternatif yang diberikan peneliti sebagai rekomendasi yang bisa diterapkan dalam mencapai efisiensi biaya-biaya produksi dengan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bahan Baku VCO Indococo kemasan 120ml

Bahan baku VCO Indococo diperoleh dari 2 *supplier* yaitu dari Pasar Airmadidi dan rap-rap. Dari ke 2 *supplier* tersebut harga yang dijual oleh rap-rap lebih tinggi dari *supplier* pasar airmadidi dengan selisi harga sebesar Rp. 500. Sehingga peneliti memberikan alternatif kepada pemilik VCO Indococo sebagai bahan pertimbangan untuk mengurangi pembelian dari rap-rap menjadi 900 kelapa per bulan dengan harga Rp. 2.500/kelapa sisanya 900 kelapa membeli dari *supplier* pasar airmadidi dengan harga Rp. 2.000/kelapa tetapi memiliki kualitas yang sama.

Tabel 5. Biaya Bahan Baku Langsung VCO Indococo kemasan 120 ml Sebelum dan Setelah Rekayasa Nilai

Nama Bahan	Sebelum Rekayasa Nilai	Sesudah Rekayasa Nilai
------------	------------------------	------------------------

Baku	Kuantitas Per Bulan	Harga	Jumlah per bulan	Kuantitas per bulan	Harga	Jumlah per bulan
Kelapa Tua dari Pasar Airmadidi	2.700 buah	Rp. 2.000	Rp. 5.400.000	3.600 buah	Rp. 2.000	Rp.7.200.000
Kelapa Tua dari Rap-rap	1.800 buah	Rp. 2.500	Rp. 4.500.000	900 buah	Rp. 2.500	Rp. 2.250.000
	4.500 buah		Rp. 9.900.000	4.500 buah		Rp. 9.450.000
Total Selisih	Rp. 450.000					

2. Bahan Baku VCO Indococo kemasan 250ml

Bahan baku VCO Indococo didapat dari 2 supplier yaitu pasar airmadidi dan rap-rap. Harga yang ditawarkan dari supplier rap-rap lebih tinggi dari pasar airmadidi, dengan selisih harga Rp. 500. Oleh karena itu, peneliti memberikan alternatif kepada pemilik usaha sebagai bahan pertimbangan untuk mengurangi pembelian buah kelapa tua dari rap-rap menjadi 900 buah kelapa per bulan dengan harga sebesar Rp. 3.000 per buah dan sisanya membeli dari rap-rap dengan harga Rp. 2.500 per buah.

Tabel 6. Biaya Bahan Baku Langsung VCO Indococo kemasan 250 ml Sebelum dan Setelah Rekayasa Nilai

Nama Bahan Baku	Sebelum Rekayasa Nilai			Sesudah Rekayasa Nilai		
	Kuantitas Per Bulan	Harga	Jumlah per bulan	Kuantitas per bulan	Harga	Jumlah per bulan
Kelapa Tua dari Pasar Airmadidi	4.500 buah	Rp. 2.000	Rp. 9.000.000	5.400 buah	Rp. 2.000	Rp. 10.800.000
Kelapa Tua dari Rap-rap	1.800 buah	Rp. 2.500	Rp. 4.500.000	900 buah	Rp. 2.500	Rp. 2.250.000
	6.300 buah		Rp. 13.500.000	6.300 buah		Rp. 13.050.000
Total Selisih	Rp. 450.000					

Perubahan biaya bahan baku langsung dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 7. Total Biaya Bahan Baku Sesudah Rekayasa Nilai

Nama Bahan Baku	Jumlah
Bahan Baku Langsung VCO Indococo kemasan 120 ml	Rp. 9.450.000
Bahan Baku Langsung VCO Indococo kemasan 250 ml	Rp. 13.050.000
Total	Rp. 22.500.000

3. Biaya Bahan Tidak Langsung

1) Botol Kemasan 120ml

Perusahaan memerlukan 1.440 botol untuk memproduksi VCO Indococo dalam satu bulan dan 80 botol untuk per hari. Perusahaan biasanya membeli botol kemasan 120ml dengan harga Rp. 1500/pcs dari toko Aneka Plastik. Peneliti menemukan botol kemasan

120 ml di toko yang berbeda yang memiliki merk botol dan kualitas yang sama tanpa mengurangi kualitas produk dari toko yang berbeda yaitu pada toko anugerah plastik dengan harga Rp. 1.200 per unit.

2) Botol Kemasan 250ml

Perusahaan memerlukan 35 botol per hari dan 630 botol per bulannya. Perusahaan biasanya membeli botol kemasan 250ml di toko Aneka Plastik dengan harga Rp.2.000/pcs. Peneliti menemukan botol kemasan 250 ml yang sama dan memiliki kualitas sama tanpa mengurangi kualitas produk dari toko anugerah plastik dengan harga Rp. 1.650 per unit.

3) Stiker botol 120ml

Perusahaan memakai stiker dalam per bulan 1.280pcs dan 80 pcs per hari. Perusahaan biasanya membeli stiker dari toko Gorila Print Dengan harga Rp. 700/pcs. Peneliti menemukan stiker yang memiliki bahan dan kualitas yang sama tanpa mengurangi kualitas produk yaitu dari toko ESI *digital printing* dengan harga Rp. 400/pcs.

4) Stiker botol 250ml

Perusahaan memakai stiker dalam per bulan 630pcs dan 35pcs per hari. Perusahaan biasanya membeli stiker dari toko Gorila Print. Dengan harga Rp. 900/pcs. Peneliti menemukan stiker yang memiliki bahan dan kualitas yang sama tanpa mengurangi kualitas produk yaitu dari toko ESI *digital printing* dengan harga Rp. 600/pcs.

5) Kardus Packing kemasan 120ml dan 250ml

Perusahaan memerlukan 15 kardus tiap kemasan 120ml dan 250ml per bulan untuk pengiriman produk dengan pesanan besar. Perusahaan biasanya membeli kardus dengan harga Rp.15.000/pcs dari toko Aneka Plastik. Peneliti menemukan kardus yang sama dan memiliki kualitas yang sama yaitu dari toko Anugerah Plastik dengan harga Rp. 12.000/pcs.

6) Packing Tape 120ml dan 250ml

Perusahaan memerlukan 4 rol untuk produk 120ml dan 250ml packing tape dalam sebulan untuk pengiriman produk yang memakai kardus. Perusahaan biasanya membeli packing tape dengan harga Rp. 15.000/pcs dari toko Jumbo. Peneliti menemukan packing tape dengan merk yang sama dengan harga Rp. 10.000/pcs dari toko Golden.

Tabel 8. Biaya Bahan Tidak Langsung Sebelum dan Setelah Rekayasa Nilai

Nama Bahan Baku	Sebelum Rekayasa Nilai			Sesudah Rekayasa Nilai		
	Kuantitas Per Bulan	Harga	Jumlah per bulan	Kuantitas per bulan	Harga	Jumlah per bulan
Botol Kemasan 120ml	1.440 botol	Rp. 1.500	Rp.2.160.000	1.440 botol	Rp. 1.200	Rp. 1.728.000
Botol Kemasan 250ml	630 botol	Rp.2.000	Rp. 1.260.000	630 botol	Rp. 1.650	Rp. 1.039.500
Stiker Botol 120ml	1.440 stiker	Rp. 700	Rp. 1.008.000	1.440 stiker	Rp. 400	Rp. 576.000
Stiker Botol 250ml	630 stiker	Rp. 900	Rp. 567.000	630 stiker	Rp. 600	Rp. 378.000
Kardus Packing (120ml)	18 pcs	Rp. 15.000	Rp. 270.000	18 pcs	Rp. 12.000	Rp. 216.000
Kardus Packing	18 pcs	Rp. 15.000	Rp. 270.000	18 pcs	Rp. 12.000	Rp. 216.000

(250ml)						
Packing Tape (120ml)	2 rol	Rp. 15.000	Rp. 30.000	2 rol	Rp. 10.000	Rp. 20.000
Packing Tape (250ml)	2 rol	Rp. 15.000	Rp. 30.000	2 rol	Rp. 10.000	Rp. 20.000
Tas Plastik Pengiriman (120ml)	18 pcs	Rp. 1.500	Rp. 27.000	18 pcs	Rp. 1.500	Rp. 27.000
Tas Plastik Pengiriman (250ml)	18 pcs	Rp. 1.500	Rp. 27.000	18 pcs	Rp. 1.500	Rp. 27.000
Total			Rp. 5.649.000			Rp. 4.183.500
Total Selisih	Rp. 1.465.500					

Setelah dilakukan rekayasa nilai untuk biaya bahan tidak langsung yang dikeluarkan CV. Emka Indococo Sejahtera yang mempengaruhi biaya *overhead* pabrik dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 9. Total Biaya *Overhead* Pabrik setelah Rekayasa Nilai

Keterangan	Jumlah
Biaya Tidak Langsung Lainnya Variabel	Rp. 850.000
Biaya Bahan Tidak Langsung	Rp. 4.183.500
Total	Rp. 5.033.500

Tabel 10. Perbandingan Biaya Produksi dan Non Produksi Menurut Perusahaan dan Menurut Target Costing

Keterangan	Menurut Perusahaan	Menurut <i>Target Costing</i>
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 23.400.000	Rp. 22.500.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 5.400.000	Rp. 5.400.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 6.499.000	Rp. 5.033.500
Biaya Penjualan	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000
Total	Rp. 36.299.000	Rp. 33.933.500
Selisih	Rp. 2.365.500	

3.4 Perbandingan Laba Rugi Sebelum dan Setelah *Target Costing*

Tabel 11. Laporan Laba Rugi CV. Emka Indococo Sejahtera Sebelum dan Sesudah *Target Costing*

CV. Emka Indococo Sejahtera Laporan Laba Rugi Periode 30 November 2024		
	Sebelum <i>Target Costing</i>	Sesudah <i>Target Costing</i>
Penjualan	Rp. 74.700.000	Rp. 74.700.000
Dikurangi :		
HPP	Rp. 35.299.000	Rp. 32.933.500
Beban Penjualan	<u>Rp. 1.000.000 -</u>	<u>Rp. 1.000.000 -</u>
Laba Rugi	Rp. 38.401.000	Rp. 40.766.500
Presentase Laba	51,4%	54,5%

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa penerapan metode *target costing* efektif sebagai strategi untuk mengurangi biaya produksi dan meningkatkan laba perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *target costing* dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, dengan menghemat biaya produksi sebanyak Rp. 2.365.500. Di mana berdampak pula pada kenaikan laba yang diperoleh perusahaan dari 51,4% sebelum diterapkan *target costing* dapat meningkat menjadi 54,5% yang menunjukkan bahwa target laba yang diharapkan perusahaan lebih dari 54% dapat tercapai dengan menggunakan *target costing*.

REFERENSI

- [1] Peraturan Pemerintah (PP) no 7 tahun (2021) kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah. 2 Februari 2021. Lembaran negara republik Indonesia tahun 2021 no 6619. https://jdih.setkab.go.id/PUUdoc/176384/PP_Nomor_7_Tahun_2021.pdf
- [2] Kementerian Keuangan RI DJP (2023). Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia DJPb. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html#:~:text=Sektor%20UMKM%20yang%20terbukti%20mampu,solusi%20untuk%20mengurangi%20jumlah%20pengangguran>.
- [3] Diba, F. F., & Hidayati, C. (2018). Penerapan Metode *Target Costing* Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Pembuatan Produk Inner Carton (Studi kasus PT. Makmur Multi Mitra). *JEAI7: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(01).
- [4] Karouwan, G., Alexander, S., & Gerungai, Y. (2023). Application of Target Costing To Reduce Production Costs And Increase Profits at CV. Tiga Putra Perkasa. *Journal of Governance, Taxation and Auditing*, 2(2), 71-88.
- [5] Rahmasania, H., & Dahtiah, N. (2022). Analisis Penerapan Target Costing dan Activity Based Costing Sebagai Alternatif Pengendalian Harga Pokok Produksi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 10(2), 209-220.
- [6] Sidik, N. N. M., & Nugroho, G. W. (2022). Penerapan Metode *Target Costing* dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi untuk Meningkatkan Laba UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) pada UMKM Sinar Terang Awning. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 11(1), 78-90.
- [7] Tambunan, H. B., & Pusung, R. J. (2021). Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Penghematan Biaya Produksi pada UMKM Trendy Fried Chicken di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1335-1341.
- [8] Nangoy, Y. T., Tirayoh, V. Z., & Mintalangi, S. S. (2022). Penerapan target costing Sebagai Upaya Peningkatan Laba Pada Umkm Sumaru Endo Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 570-579.
- [9] Anggito, A., dan J. Setiawan. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. CV Jejak. Sukabumi.
- [10] Aripin, Zaenal. 2021. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Deepbulish.