

PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN LABA PRODUK

Rukmi Juwita¹, Muhammad Rizal Satria²

^{1,2}Jurusan Akuntansi, Politeknik Pos Indonesia
witawilanggana@rocketmail.com¹, rizalstr@gmail.com²

Abstract

Target costing method is one good method used in an effort to reduce production cost. With more efficient production costs companies will earn greater profits. To know the implementation of target costing needs to be done 3 stages of calculating the cost of production based on company calculations, value engineering, and applying it into the calculation of production costs. This study aims to determine how the implementation of target costing method in the calculation of production costs on the CV. HOKI Production. The results showed that to make a T-shirt product combed cotton material per unit cost Rp. 69.972.000,00 after using target costing to Rp. 67.673.600,00 to make T-shirts product polyester material per unit Rp. 18.143.000,00 after using target costing to Rp. 16.426.600,00 to make the shirt product per unit cost Rp. 32.419.500,00 after using target costing to Rp. 31.757.600,00 to make jacket product per unit cost Rp. 4.557.000,00 after using target costing to Rp. 4.295.550,00 the conclusion that can be taken from the research is that after using target costing method of production cost become more efficient and profit targeted company can be achieved.

Keywords: *Target costing method; Production cost efficiency; Profit*

Abstrak

Metode *target costing* merupakan salah satu metode yang baik digunakan dalam upaya mengurangi biaya produksi. Dengan biaya produksi yang lebih efisien perusahaan akan memperoleh laba yang lebih besar. Untuk mengetahui penerapan *target costing* perlu dilakukan 3 tahapan yaitu menghitung biaya produksi berdasarkan perhitungan perusahaan, melakukan *value engineering*, dan mengaplikasikannya kedalam perhitungan biaya produksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan metode *target costing* dalam perhitungan biaya produksi pada CV. HOKI Production. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk membuat produk kaos oblong bahan katun *combed* membutuhkan biaya Rp. 69.972.000,00 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 67.673.600,00 untuk membuat produk kaos oblong bahan *polyester* per unit membutuhkan Rp. 18.143.000,00 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 16.426.600,00 untuk membuat produk kemeja per unit membutuhkan biaya Rp. 32.419.500,00 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 31.757.600,00 untuk membuat produk jaket per unit membutuhkan biaya produksi Rp. 4.557.000,00 setelah menggunakan *target costing* menjadi Rp. 4.295.550,00. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu setelah menggunakan metode *target costing* biaya produksi menjadi lebih efisien serta laba yang ditargetkan perusahaan dapat tercapai.

Kata Kunci: *Efisiensi biaya produksi; Laba; Metode target costing.*

Cronicle of Article :Received (October, 2017); Revised (November, 2017); and Published (December, 2017).

©2017 Jurnal Kajian Akuntansi Lembaga Penelitian Universitas Swadaya Gunung Jati.

Profile and corresponding author: Rukmi Juwita, SE., M.Si., Ak., CA.¹ and Muhammad Rizal Satria, SE., M.Ak., Ak.² are a lecturer of Accounting Study Program, Politeknik Pos Indonesia. *Corresponding Author:* witawilanggana@rocketmail.com¹ and rizalstr@gmail.com².

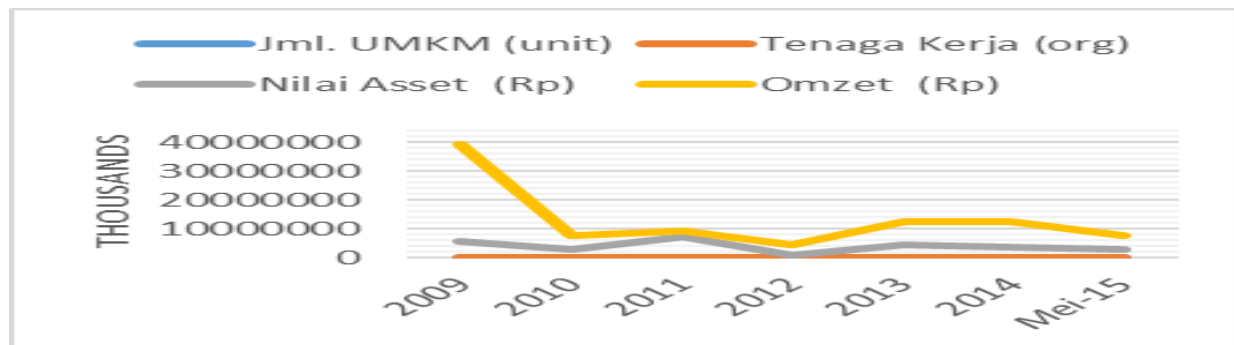
How to cite this article: Juwita, R., & Satrio, M. R. (2017). Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Produk. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 1(2): 184-193. Retrieved from <http://jurnal.unswagati.ac.id/indexjka>.

PENDAHULUAN

Industri Kecil Menengah (IKM) memegang peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Menurut Direktur Jenderal IKM Kementerian Perindustrian Gati Wibawaningsih mengatakan saat ini perkembangan Industri Kecil Menengah (IKM) di Indonesia berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja di dalam negeri karena sebagai sektor mayoritas dari populasi industri di Indonesia. Pada tahun 2016, IKM tumbuh mencapai 165.983 unit atau meningkat 4,5 persen dibandingkan 2015. Sedangkan di 2017, jumlah IKM ditargetkan mencapai 182 ribu unit dengan

menyerap tenaga kerja sebanyak 400 ribu orang. (Sumber: liputan6.com)

Dengan semakin banyaknya bermunculan industri yang ada di Indonesia seperti saat ini, persaingan menjadi semakin kompetitif dan mendorong suatu industri untuk menghasilkan produk yang memiliki kualitas baik, harga yang terjangkau oleh konsumen dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen, sehingga perusahaan mampu menarik konsumen guna mempertahankan usahanya. Perkembangan UMKM di kota Bandung meningkat cukup pesat dari tahun 2009-2015 (bulan Mei). Untuk lebih jelasnya dapat diperlihatkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik Perkembangan UMKM Pakaian Kota Bandung 2009-2015 (bulan Mei)

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Perindag Kota Bandung 2015

Di Bandung terdapat banyak Industri Kecil Menengah (IKM), salah satunya adalah CV. HOKI *Production* yang bergerak pada industri konveksi yang memproduksi sandang seperti kaos, jaket, seragam dan lain sebagainya yang terletak di jalan Surapati No. 84 B Bandung. Permasalahan yang dihadapi oleh CV. HOKI *Production* adalah menetapkan harga jual produknya, disamping itu harga bahan baku pada industri ini tidak dapat diprediksi, dimana harga bahan baku dapat naik sewaktu-waktu. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penetapan harga jual memerlukan beberapa pertimbangan mulai dari biaya produksi, biaya operasi, target laba, daya beli masyarakat, harga jual

pesaing dan kondisi perekonomian secara umum.

Harga jual yang terlalu tinggi akan membuat masyarakat tidak membeli atau mengurangi jumlah pembelian produk, sehingga perusahaan tidak akan memperoleh laba yang cukup dan sebaliknya, harga jual yang terlalu rendah akan membuat perusahaan tidak mampu mencapai laba usaha yang diinginkan (Rudianto, 2013:127). Ada tiga faktor yang mempengaruhi laba perusahaan yaitu biaya, harga jual dan volume penjualan atau produksi.

Efisiensi biaya produksi merupakan salah satu variabel yang penting. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam melaksanakan proses produksi perlu dikendalikan sebaik-baiknya, karena

walaupun proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan baik, namun apabila tidak didukung dengan usaha untuk dapat menekan biaya produksi serendah-rendahnya akan berakibat naiknya biaya produksi.

Untuk membantu manajer dalam melakukan cara yang terbaik bagi perusahaan agar laba dapat tercapai di tengah ketatnya persaingan, maka diperkenalkan sistem pengendalian biaya total dengan kalkulasi biaya target (*target costing*) yang merupakan metode pengerjaan terbalik yaitu dari penentuan harga di pasar kemudian baru menentukan biaya. *Target costing* merupakan satu metode perhitungan yang efektif untuk mengurangi biaya. Dengan menggunakan *target costing*, perusahaan menentukan biaya produk berdasarkan harga yang mampu dibeli konsumen. Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana penerapan metode *target costing* dalam perhitungan biaya produksi pada CV. HOKI Production? 2) Bagaimana penerapan metode *target costing* dalam upaya meningkatkan efisiensi biaya produksi pada CV. HOKI Production?

3) Bagaimana penerapan metode *target costing* terhadap peningkatan laba pada CV. HOKI Production?

KAJIAN PUSTAKA

Biaya Produksi

Siregar dkk (2013:52) menyatakan bahwa “Biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa”. Rudianto (2013:17) menyatakan bahwa “Biaya produksi adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan sejumlah produk yang siap dijual”.

Berikut ini adalah penjelasan dari klasifikasi biaya produksi menurut Siregar dkk (2013:38) 1) Biaya bahan baku (*raw material cost*), 2) Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*), 3) Biaya

overhead pabrik (*manufacture overhead cost*). Wiratna (2015:11) menyatakan bahwa “Biaya pabrik atau biaya produksi terdiri dari tiga, yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik”.

Berdasarkan pendapat diatas, maka biaya produksi diklasifikasi menjadi 3 yaitu bahan tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya tidak langsung lainnya.

Target costing

Target costing adalah suatu metode penentuan biaya produksi berdasarkan harga pasar kompetitif. Metode *target costing* pengerjaannya terbalik dan sangat berbeda dengan metode lainnya, karena yang pertama harus dilakukan adalah menentukan harga sesuai harga pasar atau pesaing. Rudianto (2013:145) menyatakan bahwa “Target biaya atau *target costing* adalah metode penentuan biaya produksi di mana perusahaan terlebih dulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan”. Dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga Jual} - \text{Laba}$$

Mulyadi (2015:14) menyatakan bahwa “Biaya produksi adalah merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual”. Efisiensi biaya produksi maka dapat disimpulkan bahwa efisiensi biaya produksi adalah hal penting yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai laba yang optimal. Penggunaan sumber daya yang efisien merupakan salah satu upaya memaksimalkan keuntungan. Perusahaan harus tepat dalam menetapkan harga yang harus dikeluarkan untuk biaya produksi supaya efisiensi biaya produksi dapat secara konsisten dapat diterapkan perusahaan. Rudianto (2013:2) berpendapat bahwa “Laba adalah selisish antara pendapatan yang diterima perusahaan dari pelanggan atas penjualan barang atau jasa yang

dihasilkannya dengan pengorbanan ekonomis yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh barang atau jasa tersebut”.laba adalah pengurangan antara pendapatan yang diterima dikurangi biaya-biaya yang terjadi di perusahaan, serta penambahan antara pendapatan lain-lain dan pengurangan biaya lain-lain. Tujuan utama perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba yang optimal dan laba merupakan faktor yang menentukan bagi kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana dalam penelitian ini lebih menekankan pada makna dan proses daripada hasil suatu aktivitas. Metode atau analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Sugiyono (2016:21) mendefinisikan bahwa “Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Pada umumnya penelitian deskriptif merupakan penelitian *non* hipotesis.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengeumpulan data yang dilakukan dengan wawancara (*Interview*), yaitu digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang mendalam. Kemudian dilakukan Studi kepustakaan (*Library Research*), yaitu merupakan metode pengumpulan kepustakaan yang dilakukan dengan cara mempelajari, meneliti dan menelaah buku-buku referensi, catatan

kuliah dan buku-buku lain yang ada kaitannya dengan cakupan judul yang diambil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menghitung biaya produksi CV. HOKI *Production* menggunakan perhitungan secara sederhana. Perhitungan biaya produksi yang dilakukan perusahaan hanya memperhitungkan komponen – komponen biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung, tanpa memperhitungkan biaya *overhead* pabrik. Peneliti akan menghitung biaya produksi 4 (empat) jenis produk yang dihasilkan selama periode Mei 2017 yaitu kaos oblong bahan katun *combed*, kaos oblong bahan *polyester*, kemeja dan jaket. Alasan penulis membahas perhitungan biaya produksi 4 (empat) jenis produk tersebut karena keempat produk tersebut merupakan produk yang jumlah pesannya paling banyak. Standar harga yang digunakan oleh CV. HOKI *Production* sama dengan standar para pengusaha konveksi lainnya, sampai saat ini pemilik CV. HOKI *production* menjual harga jenis menengah kebawah dan disesuaikan dengan permintaan pesanan para konsumen.

Selama periode Mei 2017 perusahaan konveksi CV. HOKI *production* telah menghasilkan produk kaos oblong bahan katun *combed*, kaos oblong bahan *polyester*, kemeja dan jaket dengan total produksi sebanyak 3.450 produk, dalam rangka memenuhi pesanan yang telah diterima. Berikut rincian data produksi pada CV. HOKI *production* periode Mei 2017:

Tabel 1. Data Produksi CV. HOKI Production Periode Mei 2017

No	Produk	Kuantitas	Persentase
1	Kaos Oblong Bahan Katun <i>Combed</i>	2.100	60,87 %
2	Kaos Oblong Bahan <i>Polyester</i>	900	26,09 %
3	Kemeja	400	11,59 %
4	Jaket	50	1,45 %
TOTAL		3.450	100 %

Sumber :Data sekunder yang diolah

Tabel 1 menjelaskan pada periode Mei 2017 perusahaan menerima pesanan kaos oblong bahan katun *combed* dengan total 2.100 kaos. Sementara kaos berbahan polyester dengan

total pesanan sebanyak 900. Untuk pesanan kemeja sebanyak 400 dan pesanan jaket sebanyak 50.

Tabel 2. Biaya Produksi

No	Produk	Biaya Produksi
1	Kaos oblong bahan katun <i>combed</i>	Rp. 69.972.000,00
2	Kaos oblong bahan <i>polyester</i>	Rp. 18.143.000,00
3	Kemeja	Rp. 32.419.500,00
4	Jaket	Rp. 4.557.000,00

Sumber:Data sekunder yang diolah

Tabel 2 menjelaskan pada periode Mei 2017 perusahaan menerima pesanan kaos oblong bahan katun *combed* dengan total 2.100 kaos dengan biaya produksi sebesar Rp. 69.972.000,00. Sementara kaos berbahan polyester dengan total pesanan sebanyak 900 pcs dengan biaya produksi Rp.18.143.000,00. Untuk pesanan kemeja sebanyak 400 pcs dengan biaya produksi sebesar Rp. 32.419.500,00 dan pesanan jaket sebanyak 50 dengan biaya produksi sebesar Rp. 4.557.000,00.

selanjutnya yang harus dilakukan adalah menerapkan tahapan penerapan metode *target costing*, yaitu sebagai berikut:

Menentukan Harga Jual Yang Kompetitif
 Untuk menentukan harga produk adalah dengan cara mengetahui harga kompetitif. Harga yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan hasil survei ke salah satu konveksi yang ada di wilayah Bandung. Berikut adalah rincian harga untuk produk kaos oblong bahan katun *combed*, kaos oblong bahan polyester, kemeja dan jaket:

Setelah dilakukan perhitungan biaya produksi menurut perusahaan, langkah

Tabel 3. Daftar Produk dan Harga Jual Kompetitif

No	Jenis Produk	Harga Pasar Kompetitif
1	Kaos Oblong Bahan Katun <i>Combed</i>	Rp. 43.000,00
2	Kaos Oblong Bahan <i>Polyester</i>	Rp. 25.000,00
3	Kemeja	Rp. 93.000,00
4	Jaket	Rp. 100.000,00

Sumber :Data sekunder yang diolah

Tabel 3 menjelaskan tentang harga kompetitif. Harga kompetitif merupakan

harga yang digunakan pesaing dalam menjual produk sejenis kepada konsumennya. Saat ini

CV. HOKI *Production* memproduksi berbagai jenis pakaian berdasarkan pesanan, total produk selama bulan Mei yang jumlah pesannya paling banyak adalah berjumlah 4 pesanan yaitu kaos oblong bahan katun *combed*, kaos oblong bahan *polyester*, kemeja dan jaket. Harga yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan hasil survei ke

salah satu konveksi yang ada di wilayah bandung.

Target Laba atau *Target Profit*

Target laba adalah laba atau keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, penulis mengetahui bahwa target laba yang ingin dicapai adalah Rp. 5.000,00 – Rp. 13.000,00 dari harga produk yang dijual.

Tabel 4. Target Laba dalam Unit

No	Produk Perusahaan	Target Harga	Laba Yang Diharapkan
1	Kaos Oblong Bahan Katun <i>Combed</i>	Rp. 43.000,00	Rp. 10.000,00
2	Kaos Oblong Bahan <i>Polyester</i>	Rp. 25.000,00	Rp. 5.000,00
3	Kemeja	Rp. 93.000,00	Rp. 13.000,00
4	Jaket	Rp. 100.000,00	Rp. 13.000,00

Sumber: Data sekunder yang diolah

Target laba adalah laba atau keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, tabel 4 menjelaskan bahwa target laba yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah Rp. 5.000,00 – Rp. 13.000,00 dari setiap harga produk yang dijual.

Menghitung Target Biaya atau *Target costing*

Target biaya atau *target costing* adalah merupakan selisih dari target harga dengan target laba.

Tabel 5. *Target costing* dalam Unit

No	Produk Perusahaan	Harga Jual	Laba	<i>Target costing</i>
1	Kaos Oblong Bahan Katun <i>Combed</i>	Rp. 43.000,00	Rp. 10.000,00	Rp. 33.000,00
2	Kaos Oblong Bahan <i>Polyester</i>	Rp. 25.000,00	Rp. 5.000,00	Rp. 20.000,00
3	Kemeja	Rp. 93.000,00	Rp. 13.000,00	Rp. 80.000,00
4	Jaket	Rp. 100.000,00	Rp. 7.000,00	Rp. 93.000,00

Sumber: Data sekunder yang diolah

Target biaya atau *target costing* adalah merupakan selisih dari target harga dengan target laba. *Target costing* yang didapat merupakan dasar dalam pertimbangan untuk meluncurkan sebuah produk kepasar atau kekonsumen. Tabel 5 menjelaskan bahwa *target costing* didapatkan dari hasil selisih antara harga jual dengan laba yang diharapkan.

Setelah biaya produksi menurut perusahaan dengan *target cost* dibandingkan, ternyata biaya produksi perusahaan lebih besar

dibandingkan *target costing*. Maka hal yang selanjutnya dilakukan adalah melakukan rekayasa nilai dengan alternatif *value engineering*. Berikut ini adalah tabel perhitungan biaya produksi menggunakan alternatif *value engineering*:

Tabel 6. Biaya Langsung Menggunakan Target costing dengan Alternatif Value Engineering

No	Produk	BBB	BTKL	Biaya Langsung
1	Kaos oblong bahan katun combed	Rp. 51.823.600,00	Rp.15.850.000,00	Rp. 67.673.600,00
2	Kaos oblong bahan polyester	Rp. 11.826.600,00	Rp. 4.600.000,00	Rp. 16.426.600,00
3	Kemeja	Rp. 16.107.600,00	Rp. 15.650.000,00	Rp. 31.757.600,00
4	Jaket	Rp. 2.345.550,00	Rp. 1.950.000,00	Rp. 4.295.550,00

Sumber: Data sekunder yang diolah

Tabel 6 menjelaskan biaya langsung menggunakan *target costing*, hasil perhitungan biaya produksi didapatkan dari total biaya bahan baku langsung ditambahkan dengan biaya tenaga kerja langsung.

Setelah melakukan perhitungan biaya langsung menggunakan metode *target costing* dengan alternatif *value engineering* perusahaan mendapatkan hasil perhitungan biaya produksi. Berikut ini adalah hasil perhitungan biaya produksi dengan menurut *target costing*:

Tabel 7. Biaya Produksi Menggunakan Target costing

No	Produk	BOP (V)	BOP (F)	Biaya Langsung	Biaya Produksi
1	Kaos oblong bahan katun combed	Rp. 2.131.216,00	Rp.135.689,00	Rp. 67.673.600,00	Rp. 33.305,00
2	Kaos oblong bahan polyester	Rp. 1.035.521,00	Rp. 58.152,00	Rp. 16.426.600,00	Rp. 19.467,00
3	Kemeja	Rp. 542.379,00	Rp. 25.845,00	Rp. 31.757.600,00	Rp. 80.815,00
4	Jaket	Rp. 338.361,00	Rp. 3.231,00	Rp. 4.295.550,00	Rp. 92.743,00

Sumber: Data sekunder yang diolah

Tabel 7 menjelaskan biaya produksi menggunakan *target costing*, hasil perhitungan biaya produksi didapatkan dari total biaya langsung ditambahkan dengan biaya overhead pabrik.

Setelah melakukan perhitungan biaya produksi menggunakan metode *target costing*. Berikut ini adalah perbandingan biaya produksi menurut perusahaan dengan menurut *target costing*:

Tabel 8. Biaya Langsung Menurut Perusahaan Sebelum Menggunakan *Target costing* dan Sesudah Menggunakan *Target costing*

No	Produk Perusahaan	Biaya Langsung		Selisih
		Sebelum	Sesudah	
1	Kaos Oblong Bahan Katun <i>Combed</i>	Rp.69.972.000,00	Rp.67.673.600,00	Rp. 2.298.400,00
2	Kaos Oblong Bahan <i>Polyester</i>	Rp. 18.143.000,00	Rp.16.426.600,00	Rp.1.716.400,00
3	Kemeja	Rp. 32.419.500,00	Rp.31.757.600,00	Rp. 661.900,00
4	Jaket	Rp. 4.557.000,00	Rp. 4.295.550,00	Rp. 261.450,00

Sumber :Data sekunder yang diolah

Tabel 8 menjelaskan selisih antara biaya langsung sebelum dan sesudah menggunakan *target costing*. Setelah menggunakan metode *target costing* dengan alternatif *value engineering* biaya produksi menjadi lebih efisien dibandingkan dengan biaya produksi perhitungan perusahaan sebelum menggunakan metode *target costing*. Setelah menggunakan *target costing* perusahaan mendapatkan penghematan biaya produksi untuk kaos oblong bahan katun *combed* sebesar Rp. 2.298.400,00 untuk kaos oblong

bahan *polyester* sebesar Rp. 1.716.400,00 untuk kemeja adalah sebesar Rp. 661.900,00 untuk jaket sebesar Rp. 261.450,00 hal ini menunjukkan bahwa metode *target costing* baik untuk diterapkan pada keempat produk pesanan tersebut pada CV. HOKI *Production*. Berikut ini adalah hasil laba sebelum dan sesudah menggunakan *target costing* dengan alternatif *value engineering* pada kaos oblong bahan *combed*, kaos oblong bahan *polyester*, kemeja dan jaket pada CV. HOKI *Production*:

Tabel 9. Harga Jual dan Laba Menurut Perusahaan Sebelum dan Sesudah Menggunakan *Target costing*

No	Produk Perusahaan	Harga Jual		Laba	
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1	Kaos Oblong Bahan Katun <i>Combed</i>	Rp. 45.000,00	Rp.43.000,00	Rp.11.500,00	Rp.10.700,00
2	Kaos Oblong Bahan <i>Polyester</i>	Rp. 25.000,00	Rp. 25.000,00	Rp. 4.800,00	Rp. 6.700,00
3	Kemeja	Rp. 95.000,00	Rp. 93.000,00	Rp.13.900,00	Rp.13.600,00
4	Jaket	Rp.105.000,00	Rp.100.000,00	Rp.13.800,00	Rp.14.000,00

Sumber: Data sekunder yang diolah

Tabel 9 menjelaskan harga jual dan laba menurut perusahaan sebelum dan sesudah menggunakan *target costing*. Dengan menggunakan *target costing* perusahaan dapat menurunkan harga jualnya hingga sama dengan harga jual kompetitif/pesaing, selain itu perusahaan tetap dapat memperoleh laba yang diinginkan dari keempat produk tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut *target costing* merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan CV. HOKI *Production* dalam upaya efisiensi biaya produksi dan meningkatkan laba. Didukung dengan penelitian sebelumnya menurut oleh Supriyadi (2013) dengan judul “Penerapan *Target costing* Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Usaha Dagang

Eko Kusen)”. Berdasarkan hasil perhitungan mengenai penerapan *target costing*, menunjukkan bahwa penerapan *target costing* pada UKM Usaha Dagang Eko Kusen lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini, dan juga merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan untuk menekan biaya produksinya, dimana dengan penerapan *target costing* maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya.

Setelah menggunakan metode *target costing* dalam perhitungan biaya produksi, terdapat perbedaan hasil perhitungan biaya produksi sebelum dan setelah menggunakan metode *target costing*. Hasil perhitungan biaya produksi menggunakan metode tersebut lebih kecil/efisien dibandingkan dengan perhitungan biaya produksi menurut perusahaan. Laba yang diperoleh setelah menggunakan metode *target costing* lebih kecil dibandingkan laba sebelum menggunakan metode *target costing*. Hal ini dikarenakan harga jual yang ditentukan dalam metode *target costing* menggunakan harga kompetitif/pesaing.

SIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan perhitungan maka dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan biaya produksi dengan menggunakan *value engineering* lebih kecil dibandingkan dengan biaya produksi yang belum menggunakan metode *target costing*. Biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan sebelumnya untuk membuat produk kaos oblong oblong bahan katun *combed* adalah Rp. 69.972.000,00 setelah menggunakan metode *target costing* menjadi Rp. 67.673.600,00 untuk membuat produk kaos oblong bahan *polyester* adalah sebesar Rp. 18.143.000,00 setelah menggunakan *target costing* menjadi sebesar Rp. 16.426.600,00 untuk membuat produk kemeja membutuhkan biaya sebesar Rp. 32.419.500,00 setelah menggunakan *target costing* menjadi sebesar Rp. 31.757.600,00

untuk membuat produk jaket membutuhkan biaya sebesar Rp. 4.557.000,00 setelah menggunakan *target costing* biaya Rp. 4.295.550,00.

Berdasarkan hasil perhitungan biaya produksi menggunakan metode *target costing* dengan alternatif rekayasa nilai (*value engineering*), menunjukkan bahwa penerapan *target costing* pada UKM konveksi CV. HOKI *production* lebih efisien jika dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini. Perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya produksi untuk kaos oblong bahan katun *combed* sebesar Rp. 2.298.400,00 untuk kaos oblong bahan *polyester* sebesar Rp. 1.716.400,00 untuk kemeja sebesar Rp. 661.900,00 untuk jaket sebesar Rp. 261.450,00.

Laba yang diperoleh setelah menggunakan metode *target costing* lebih kecil dibandingkan laba sebelum menggunakan metode *target costing*. Hal ini dikarenakan harga jual yang ditentukan dalam metode *target costing* menggunakan harga kompetitif/pesaing. Walaupun laba yang diperoleh lebih kecil setelah menggunakan *target costing*, perusahaan CV. HOKI *Production* tetap memperoleh laba/keuntungan yang diinginkan Rp. 5.000,00-Rp. 13.000,00 apabila perusahaan tetap ingin menggunakan harga jual produk sebelum menggunakan metode *target costing* maka laba yang akan diperoleh perusahaan mengalami peningkatan yang lebih besar, yang sebelumnya adalah Rp. 5.000,00 sampai dengan Rp. 13.000,00 menjadi Rp. 6.000,00 sampai dengan Rp. 19.000,00.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya Edisi 5*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Erlangga.

Rukmi Juwita dan Muhammad Rizal

Penerapan *Target Costing* dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Produk

Septian. (2017). Kemenprin Targetkan IKM Tumbuh 182.000 Unit di 2017. Retrieved March 6, 2017, from <http://bisnis.liputan6.com/read/287682/kemenperin-targetkan-ikm-tumbuh-182000-unit-di-2017>.

Siregar, B., Suropto, B., Hapsoro, D., Lo, E. W., Herowati, E., Lita, K., & Nurofik. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supriyadi, H. (2013). *Penerapan Target costing dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba Perusahaan*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Hidayatullah, Jakarta.

Wiratna. (2015). *Akuntansi Biaya Teori dan Penerapannya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.