

**ANALISIS EFISIENSI BIAYA PRODUKSI DENGAN METODE
TARGET COSTING PADA PRODUK TAHU
DI UD. 3'S PRIMA KOTA BATU**

Oleh
MELVINA IGNATIA SINABARIBA



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG**

2018

**ANALISIS EFISIENSI BIAYA PRODUKSI DENGAN METODE
TARGET COSTING PADA PRODUK TAHU DI UD. TAHU 3'S PRIMA
KOTA BATU**

Oleh

MELVINA IGNATIA SINABARIBA

145040101111096

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
MALANG**

2018

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan dari dosen pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Juli 2018

Melvina Ignatia Sinabariba



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Analisis Efisiensi Biaya Produksi dengan Metode Target Costing pada Produk Tahu di UD. 3'S PRIMA, Kota Batu
Nama : Melvina Ignatia Sinabariba
NIM : 145040101111096
Program Studi : Agribisnis

Disetujui:

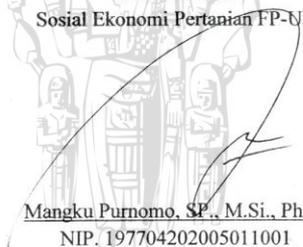
Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,


Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.
NIP. 195403051981031005


Andrean Eka Hardana, SP., MP., MBA
NIK. 2016079008181001

Diketahui,
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian FP-NB


Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D.
NIP. 197704202005011001

Tanggal Persetujuan:



LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Penguji II

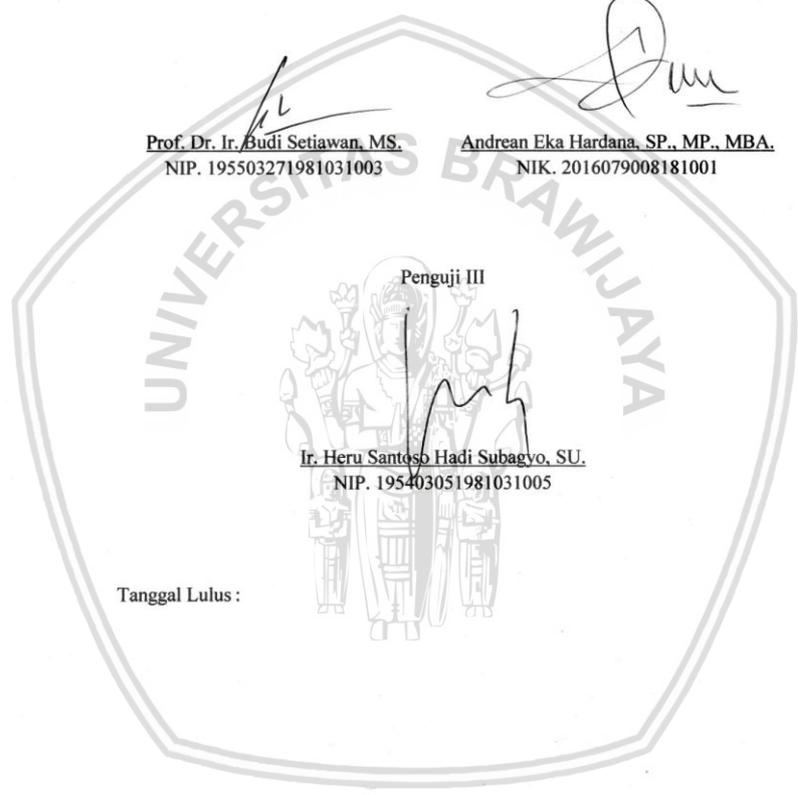

Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS.
NIP. 195503271981031003


Andean Eka Hardana, SP., MP., MBA.
NIK. 2016079008181001

Penguji III


Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.
NIP. 195403051981031005

Tanggal Lulus :



LEMBAR PERUNTUKAN

Puji syukur kepada Allah Bapa, Tuhan Yesus Kristus, Bunda Maria karena rahmat, berkat, kasih, dan penyertaanNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir dalam perkuliahan dengan baik dan lancar.

PENULIS MENGUCAPKAN TERIMAKASIH KEPADA:

Kedua orangtuaku tercinta, Wilmar Sinabariba (Alm) dan Rosmaida Simarmata. Terimakasih atas cinta kasih, doa, dukungan, motivasi, dan hal-hal positif yang selalu diberikan dari awal hingga akhir studi penulis.

Kakak-kakakku tercinta, Novita Sinabariba, Vivian Wilhelmina Sinabariba, Felicia Marisa Sinabariba, Margaretha S. Gadmor Sinabariba dan adikku tercinta, Angela Bernadette Sinabariba. Terimakasih untuk doa, dukungan, motivasi, dan hiburan yang diberikan hingga akhir.

Dosen-dosen Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Terimakasih atas ilmu pengetahuan, pengalaman, dan pembelajaran yang berguna bagi penulis selama masa perkuliahan. Terkhusus untuk dosen pembimbingku, Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU. dan Andrean Eka Hardana, SP, MP., MBA. Terimakasih atas ilmu pengetahuan yang diberikan untuk membimbing dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.

Teman-temanku tercinta: Nurfatimah Sukmawati, Mutiara Anastasia, Olivia Chili, Maria Brigita, Kristin Sihombing, dan Surya Delviola, Terimakasih sudah menemaniku selama dimasa perkuliahan, menemani selama penyusunan skripsi, menemani selama penelitian, dan atas hiburan serta dukungan yang diberikan.

See you on top!

Teman-teman sebimbinganku: Novita Candra, M. Jakfar, dan Singgih Dwi. Terimakasih sudah menemani selama proses skripsi, *sharing* ilmu pengetahuan, menemani selama konsultasi dan menunggu dosen, dan atas hiburan serta dukungan yang diberikan. *See you on top!*

RINGKASAN

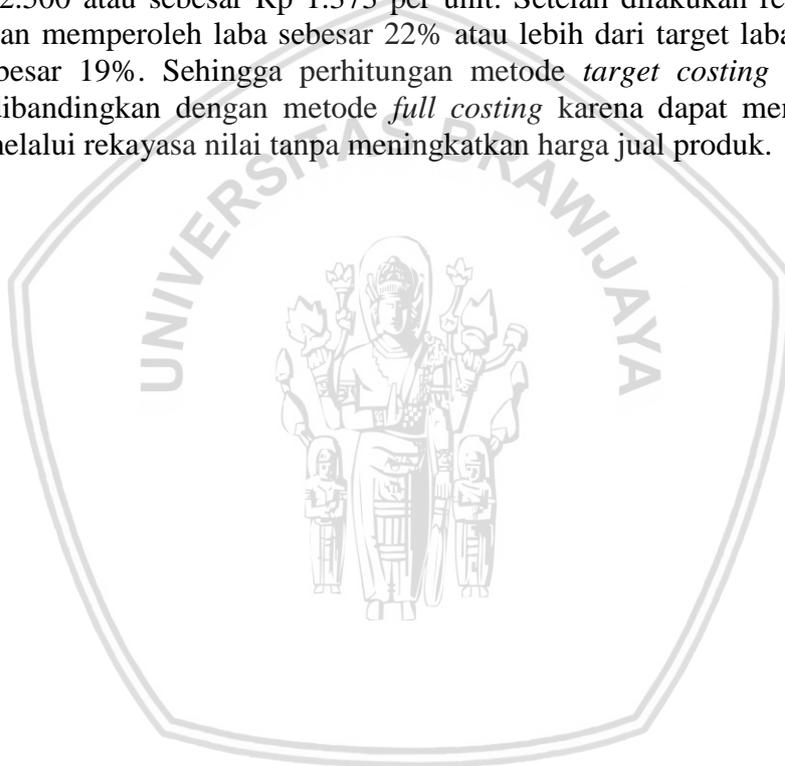
Melvina Ignatia Sinabariba. 145040101111096. Analisis Efisiensi Biaya Produksi dengan Metode *Target Costing* pada Produk Tahu di UD. 3'S PRIMA, Kota Batu. Di bawah Bimbingan Heru Santoso Hadi Subagyo sebagai Pembimbing Utama dan Andrean Eka Hardana sebagai Pembimbing Pendamping.

Menanggapi pertumbuhan ekonomi saat ini, UMKM harus mampu memiliki peran strategis dalam pengembangan usaha agar tidak lumpuh dalam persaingan bisnis yang terus berkembang. Unit usaha harus mampu mempertahankan bisnisnya dengan upaya peningkatan produk yang berkualitas dan menetapkan harga jual produk yang lebih rendah atau sama dengan harga produk pesaing. Sehingga dibutuhkan perencanaan dan perhitungan yang akurat dalam memproduksi produk yang akan dihasilkan. Salah satu perencanaan dalam memproduksi produk adalah melakukan efisiensi pada biaya sehingga unit usaha dapat menentukan harga jual produknya. Salah satu cara dalam efisiensi biaya yaitu dengan mengendalikan biaya produksi perusahaan. Pengendalian biaya produksi dalam perusahaan dibutuhkan agar tercapainya tujuan perusahaan dalam mencapai laba dan peningkatan produksi produk. *Target costing* merupakan metode pengendalian biaya untuk mencapai target laba yang diharapkan perusahaan. *Target costing* mampu mengurangi biaya siklus produk sebelum produksi dimulai sehingga tercapai profitabilitas yang diinginkan dengan adanya penerapan rekayasa nilai (*value engineering*). *Target costing* didasarkan pada pendekatan dimana harga target penjualan ditetapkan sebelum dimulainya proses produksi. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis perhitungan biaya dengan metode *full costing* dan metode *target costing* kemudian melakukan perbandingan perhitungan dari kedua metode tersebut yang nantinya dijadikan usulan dalam analisis efisiensi biaya produksi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk penafsiran data dan menampilkan hasil analisis. Penentuan lokasi dan waktu penelitian di UD. 3'S PRIMA, Kota Batu selama Bulan Februari sampai Maret 2018. Penentuan responden dilakukan secara purposive dengan *judgement sampling*, dimana responden merupakan *key informant* yang berperan dalam pencatatan keuangan dan mengetahui proses produksi yaitu pimpinan perusahaan dan mandor kegiatan produksi. Metode analisis data dilakukan untuk analisis perhitungan biaya dan laba dengan metode *full costing* dan metode *target costing*. Perhitungan biaya dan laba menggunakan komponen biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan biaya non produksi. Perhitungan biaya dan laba dengan metode *full costing* dilakukan untuk mengetahui perolehan biaya dan laba yang didapatkan perusahaan selama tahun 2017. Perhitungan biaya dan laba dengan metode *target costing* dilakukan untuk memperoleh target biaya efisien dengan target laba yang diharapkan. Analisis rekayasa nilai dilakukan pada metode *target costing* untuk mencapai biaya efisien dengan melakukan penekanan biaya pada komponen biaya tertentu.

Hasil analisis menunjukkan perhitungan biaya dan laba dengan menggunakan metode *full costing* belum dapat mencapai target laba yang

diharapkan. Melalui metode tersebut, diperoleh biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam produksi tahu pada tahun 2017 sebesar Rp 2.898.137.500 atau sebesar Rp 1.462 per unit dengan laba yang diperoleh sebesar 16%. Perusahaan mengharapkan laba sebesar 19% dari hasil penjualannya, sehingga metode *target costing* perlu dilakukan untuk mencapai target laba yang diharapkan tersebut. Hasil analisis penerapan metode *target costing* diketahui untuk mencapai target laba sebesar 19%, biaya yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp 2.809.673.528 atau sebesar Rp 1.418 per unit. Penerapan rekayasa nilai pada metode *target costing* perlu dilakukan untuk mencapai biaya efisien yang harus dikeluarkan perusahaan. Rekayasa nilai yang dilakukan yaitu dengan penekanan pada biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung meliputi tenaga kerja harian dan inspeksi, biaya kemasan, dan biaya tenaga kerja pemasaran. Melalui penerapan rekayasa nilai, biaya yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp 2.720.672.500 atau sebesar Rp 1.373 per unit. Setelah dilakukan rekayasa nilai, perusahaan memperoleh laba sebesar 22% atau lebih dari target laba perusahaan yaitu sebesar 19%. Sehingga perhitungan metode *target costing* dinilai lebih efisien dibandingkan dengan metode *full costing* karena dapat mencapai biaya efisien melalui rekayasa nilai tanpa meningkatkan harga jual produk.



SUMMARY

Melvina Ignatia Sinabariba. 145040101111096. Analysis of Efficiency Production Cost with Target Costing Method on Tofu Product in UD. 3'S PRIMA, Batu City. Supervised by Heru Santoso Hadi Subagyo and Andrean Eka Hardana.

Responding to the current economic growth, UMKM should be able to have a strategic role in business development so as not to be crippled in the growing business competition. The business unit must be able to maintain its business by increasing the quality of the product and setting the selling price of the product lower or equal to the price of the competitor's product. So that required planning and accurate calculation in producing the product to be produced. One of the planning in producing the product is to make efficiency on the cost so that the business unit can determine the selling price of the product. One way of cost efficiency is to control the company's production costs. Control of production costs within the company is needed in order to achieve the company's goals in achieving profit and increase product production. Target costing is a method of cost control to achieve the expected profit target. Target costing can reduce the cost of the product cycle before production begins so as to achieve the desired profitability with the application of value engineering. Target costing is based on an approach where the target sales price is set before the start of the production process. The purpose of this study is to analyze the cost calculation with the full costing method and target costing method then perform a comparison of calculations with both methods which will be used as a proposal in production cost efficiency analysis.

This study uses a quantitative approach to interpretation of data and display the results of the analysis. Determination of location and time of research in UD. 3'S PRIMA, Batu City during February until March 2018th. Determination of respondents conducted by purposive with judgment sampling, where respondent is key informant that role in recording finance and know production process that is head of company and foreman activity of production. Data analysis method is performed for cost and profit calculation analysis with full costing method and target costing method. Cost and profit calculations use direct material cost components, direct labor, factory overhead costs, and non-production costs. Cost and profit calculation by full costing method is done to find out the acquisition cost and profit obtained by company during year 2017. Cost and profit calculation by target costing method is done to get efficient cost target with target of expected profit. Value engineering analysis is carried out on the target costing method to achieve cost efficiently by emphasizing costs on certain cost components.

The results of analysis shows the cost and profit calculation by using the full costing method has not been able to achieve the expected profit target. Through this method, the company's cost of tofu production in 2017 amounted to Rp 2.898.137.500 or Rp 1.461 per unit with profit of 16%. The company expects profit of 19% from the sale, so that the target costing method needs to be done to achieve the expected profit target. The result of target costing method

implementation analysis is known to reach profit target of 19%, the cost of the company is Rp 2.809.673.528 or Rp 1.418 per unit. The application of value engineering to the target costing method needs to be done to achieve the efficient cost that the company must incur. Value engineering is done with emphasis on direct labor costs, indirect labor costs including daily labor and inspection, packaging costs, and marketing labor costs. Through the application of value engineering, the company's cost-efficient amounted to Rp 2.720.672.500 or Rp 1.373 per unit. After value engineering, the company earns 22% or more of the company's profit target of 19%. So the calculation of the target costing method is considered more efficient than the full costing method because it can achieve efficient cost through value engineering without increasing the selling price of the product.



KATA PENGANTAR

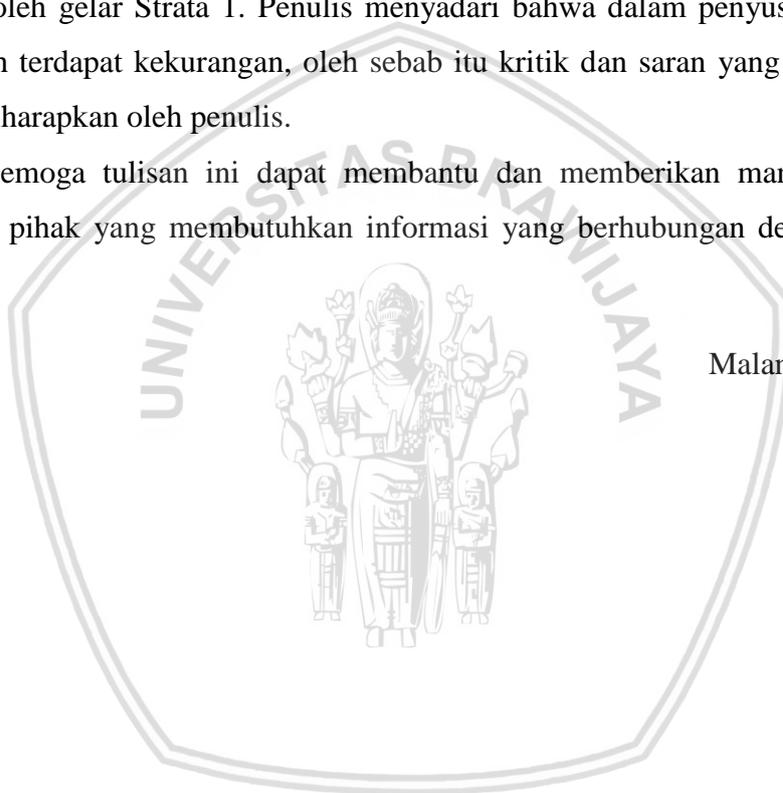
Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah senantiasa memberikan kasih, berkat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun Skripsi dengan judul “Analisis Efisiensi Biaya Produksi dengan Metode *Target Costing* pada Produk Tahu di UD. 3’S PRIMA, Kota Batu” dengan lancar. Penulis juga mengucapkan terima kasih untuk beberapa pihak yang telah mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini berisi penelitian yang telah dilakukan oleh penulis untuk memperoleh gelar Strata 1. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis.

Semoga tulisan ini dapat membantu dan memberikan manfaat kepada berbagai pihak yang membutuhkan informasi yang berhubungan dengan tulisan ini.

Malang, Juli 2018

Penulis



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Melvina Ignatia Sinabariba. Penulis lahir di Jakarta, 4 Januari 1996. Penulis merupakan anak kelima dari enam bersaudara dari pasangan Wilmar Sinabariba (Alm) dan Rosmaida Simarmata.

Riwayat pendidikan yang pernah dijalani antara lain TK. Harapan Bangsa Bekasi tahun 2002 hingga 2003, SD. Santa Lusia Bekasi tahun 2003 hingga 2009, SMP Negeri 16 Bekasi tahun 2009 hingga 2011, SMA Negeri 13 Bekasi tahun 2011 hingga 2014, dan melanjutkan pendidikan di Universitas Brawijaya, Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis tahun 2014 hingga 2018.

Selama di perkuliahan, penulis aktif dalam beberapa kegiatan Unit Kegiatan Mahasiswa di Universitas Brawijaya. Tahun 2015 hingga 2016, penulis terlibat dalam Unit Aktivitas Kegiatan Kerohanian Katolik (UAKKkat) Universitas Brawijaya sebagai Staff Muda dan mengikuti kepanitiaan yang dibentuk. Tahun 2016 hingga 2017, penulis terlibat dalam kepengurusan Keluarga Mahasiswa Katolik (KMK) Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya sebagai sekretaris umum dan aktif dalam kepanitiaan yang dibentuk.

DAFTAR ISI

RINGKASAN	2
SUMMARY	vii
KATA PENGANTAR	ix
RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Kegunaan Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Teori dan Konsep	8
2.2.1 Biaya Produksi dan Non Produksi	8
2.2.2 Metode <i>Full Costing</i>	12
2.2.3 Metode <i>Target Costing</i>	13
III. KERANGKA PEMIKIRAN	21
3.1 Kerangka Pemikiran	21
3.2 Hipotesis	24
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
IV. METODE PENELITIAN	29
4.1 Pendekatan Penelitian	29
4.2 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	29
4.3 Teknik Penentuan Sampel	29
4.4 Teknik Pengumpulan Data	30
4.5 Teknik Analisis Data	31
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	34
5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	34
5.1.1 Tujuan Perusahaan	34
5.1.2 Struktur Organisasi	35
5.1.3 Proses Produksi	37
5.2 Analisis Metode <i>Full Costing</i>	38
5.2.1 Total Produksi dan Volume Penjualan	38
5.2.2 Biaya Bahan Baku Langsung	40
5.2.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung	41
5.2.4 Biaya Overhead Pabrik	42
5.2.5 Biaya Non Produksi	43

5.2.6	Perhitungan Total Biaya.....	43
5.2.7	Laporan Laba – Rugi.....	44
5.3	Analisis Metode <i>Target Costing</i>	45
5.3.1	Metode <i>Target Costing</i>	45
5.3.2	Perbandingan Hasil Analisis	46
5.4	Analisis Rekayasa Nilai.....	47
5.4.1	Biaya Sebelum Rekayasa Nilai	49
5.4.2	Komponen Biaya yang Dilakukan Rekayasa Nilai	50
5.4.3	Biaya Setelah Rekayasa Nilai	52
5.4.4	Perbandingan Biaya Setelah Rekayasa Nilai	54
VI.	PENUTUP.....	58
6.1	Kesimpulan.....	58
6.2	Saran	58
	DAFTAR PUSTAKA	60
	LAMPIRAN.....	62



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1	Perbedaan Metode <i>Full Costing</i> dengan Metode <i>Target Costing</i>	20
2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3	Proses Produksi Tahu di UD. 3'S PRIMA.....	37
4	Total Produksi Tahu Tahun 2017.....	39
5	Volume Penjualan Tahu Tahun 2017.....	39
6	Biaya Bahan Baku Langsung Tahun 2017.....	40
7	Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2017.....	41
8	Biaya Overhead Pabrik Tahun 2017.....	42
9	Biaya Non Produksi Tahun 2017.....	43
10	Total Biaya Tahun 2017.....	44
11	Laporan Laba – Rugi Tahun 2017.....	44
12	Penerapan Metode <i>Target Costing</i>	46
13	Perbandingan Biaya Metode <i>Full Costing</i> dengan Metode <i>Target Costing</i>	47
14	Biaya Sebelum Rekayasa Nilai.....	49
15	Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Setelah Rekayasa Nilai.....	52
16	Biaya Setelah Rekayasa Nilai.....	53
17	Perbandingan Biaya Per Unit Sebelum dan Setelah Rekasaya Nilai.....	54
18	Perbandingan Biaya Keseluruhan Sebelum dan Setelah Rekayasa Nilai.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1	Rincian Biaya Bahan Baku Langsung	63
2	Rincian Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	63
3	Rincian Biaya Overhead Pabrik	64
4	Rincian Biaya Non Produksi.....	64
5	Rincian Total Biaya.....	64
6	Perhitungan Laba – Rugi.....	65
7	<i>Analisis Target Costing</i>	66
8	Rekayasa Nilai pada Komponen Biaya Tenaga Kerja Langsung	66
9	Rekayasa Nilai pada Komponen Biaya Tenaga Kerja Harian	66
10	Rekayasa Nilai pada Komponen Biaya Tenaga Kerja Inspeksi.....	67
11	Rekayasa Nilai pada Komponen Biaya Tenaga Kerja Pemasaran.....	67
12	Hasil Analisis Rekayasa Nilai	67
13	Dokumentasi Penelitian	69



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang memiliki peranan penting dalam perekonomian dan pendapatan asli daerah. Menurut Choiri (2013) UMKM Kota Batu membantu perekonomian mencapai 24% dari pendapatan asli daerah sekitar Rp 54 miliar. Berdasarkan data Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan, UMKM Kota Batu saat ini mencapai 14.570 penggiat. Menurut Martowardojo (2013) dalam pertumbuhan ekonomi saat ini, UMKM harus mampu memiliki peran strategis dalam pengembangan usaha agar tidak lumpuh dalam persaingan bisnis yang terus berkembang. Menanggapi hal tersebut, unit usaha harus mempertahankan bisnisnya dengan upaya peningkatan produk yang berkualitas dan menetapkan harga jual produk yang lebih rendah atau sama dengan harga produk pesaing. Sehingga dibutuhkan perencanaan dan perhitungan yang akurat dalam memproduksi produk yang akan dihasilkan. Salah satu perencanaan dalam memproduksi produk adalah melakukan efisiensi pada biaya sehingga unit usaha dapat menentukan harga jual produknya. Harga jual produk selain mempengaruhi volume penjualan, juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan. Salah satu cara dalam efisiensi biaya yaitu dengan mengendalikan biaya produksi perusahaan.

Pengendalian biaya produksi dalam perusahaan dibutuhkan agar tercapainya tujuan perusahaan dalam mencapai laba dan peningkatan produksi produk. *Target costing* merupakan metode pengendalian biaya untuk mencapai target laba yang diharapkan perusahaan. *Target costing* mampu mengurangi biaya siklus produk sebelum produksi dimulai sehingga tercapai profitabilitas yang diinginkan dengan adanya penerapan rekayasa nilai (*value engineering*). Penerapan rekayasa nilai digunakan sebagai alternatif untuk mencapai biaya produksi yang efisien. *Target costing* dapat membantu perusahaan dalam menghasilkan produk baru yang kompetitif dalam hal biaya, kualitas, dan fungsionalitas. *Target costing* didasarkan pada pendekatan dimana harga target penjualan ditetapkan sebelum dimulainya proses produksi.

Industri tahu merupakan salah satu industri penghasil olahan berbahan baku kedelai. Tahu termasuk ke dalam bahan makanan yang banyak di konsumsi oleh

masyarakat di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistika, rata-rata konsumsi tahu per kapita dalam seminggu pada tahun 2012-2016 terus mengalami peningkatan. Rata-rata konsumsi tahu per kapita rumah tangga terus mengalami peningkatan selama kurun waktu lima tahun terakhir. Tahun 2012 rata-rata konsumsi tahu mencapai 0.134 kg/kapita dan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2016 mencapai 0.151 kg/kapita.

Rata-rata konsumsi tahu yang terus meningkat diikuti dengan peningkatan unit usaha olahan tahu. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian tercatat terdapat 115 ribu unit usaha pengolahan tahu yang tersebar di Indonesia. Hal tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan kedelai sebagai bahan baku olahan tahu. Berdasarkan data Kementerian Pertanian, komponen penggunaan kedelai di Indonesia dibagi menjadi empat yaitu untuk konsumsi langsung, kebutuhan benih atau bibit, pakan, dan industri. Tingkat penggunaan kedelai di Indonesia mencapai 2,3-2,7 juta ton/tahun, sedangkan tingkat produksi kedelai di Indonesia hanya mencapai 700 ribu sampai 1,5 juta ton/tahun. Sehingga pemenuhan kebutuhan akan kedelai masih berasal dari impor.

Pemenuhan kebutuhan kedelai melalui impor, mengakibatkan terjadinya fluktuasi harga kedelai mengikuti kurs mata uang pengimpor. Hal tersebut menyebabkan unit usaha pengrajin tahu menurunkan volume penjualan akibat peningkatan biaya produksi, sehingga perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menetapkan harga jual produk (Saedah, 2016). Disisi lain, jumlah unit usaha olahan tahu yang terus meningkat menuntut perusahaan untuk terus berkembang dengan peningkatan produksi tanpa menghilangkan kualitas produk. Hal tersebut tentunya membutuhkan efisiensi biaya produksi dalam perencanaan produksi.

Analisis efisiensi biaya produksi sebelumnya telah dilakukan, namun masih terdapat kelemahan. Cahyani (2010) melakukan analisis efisiensi biaya produksi tahu dengan metode *full costing* dalam penetapan harga jual, namun masih terdapat kelemahan dalam analisisnya yaitu pengendalian biaya produksi dengan *full costing* belum memadai karena biaya *overhead* pabrik khususnya untuk biaya penyusutan yang tidak dibuat. Setiyaningsih (2013) melakukan analisis efisiensi biaya produksi tahu dengan pendekatan *full costing*, namun hasil penelitian

menunjukkan masih terdapat kelemahan yaitu pengendalian biaya produksi dengan metode *full costing* masih perlu dievaluasi mengingat biaya bahan baku dan biaya *over head pabrik* yang selalu berubah sesuai dengan kebutuhan sehingga terjadi selisih yang tidak menguntungkan.

Secara umum, unit industri melakukan perhitungan biaya produksi secara tradisional (*full costing*). Perhitungan biaya produksi dengan metode *full costing* mampu mengukur sumberdaya yang dikeluarkan selama proses produksi sesuai dengan jumlah unit dari setiap produk yang dihasilkan, namun demikian banyak sumberdaya lain yang secara tidak langsung digunakan selama proses produksi yang tidak berkaitan langsung dengan volume fisik dari unit-unit yang diproduksi tidak dibebankan dalam perhitungan harga pokok produksi. Sehingga dalam menjalankan bisnisnya, unit industri tahu belum mampu mencapai target keuntungan yang diharapkan. Sehubungan dengan itu, pengendalian biaya produksi dengan metode *target costing* dibutuhkan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pada unit industri agar dapat mengendalikan biaya produksi untuk mencapai target laba yang diinginkan.

1.2 Rumusan Masalah

Industri tahu merupakan salah satu industri olahan berbahan baku kedelai. Konsumsi tahu yang terus meningkat tidak didukung dengan pemenuhan kebutuhan kedelai sebagai bahan baku utama produk tahu. Sehingga dalam pemenuhannya, Indonesia melakukan impor kedelai. Fluktuasi harga bahan baku dan tingginya persaingan dalam industri olahan tahu menyebabkan unit usaha seringkali menurunkan volume penjualan untuk meminimalisir biaya produksi. Secara umum, industri tahu menggunakan teknologi sederhana sehingga penggunaan tenaga kerja yang banyak pada industri tahu menyebabkan besarnya biaya tenaga kerja yang dikeluarkan. Industri tahu tidak mampu melakukan peningkatan harga jual karena harga produk yang kompetitif. Sehingga hal tersebut mempengaruhi laba yang diperoleh perusahaan.

Namun demikian, perusahaan harus mampu memenuhi permintaan pasar dengan produksi yang tinggi dan tetap mempertahankan kualitas dari produk ataupun jasa yang dihasilkan. Menghasilkan produksi tinggi dengan kualitas terbaik tidaklah mudah. Perusahaan harus mampu mengendalikan biaya produksi

agar tetap menghasilkan laba dari produksi yang dihasilkan. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan biaya non produksi.

Salah satu alternatif dari permasalahan tersebut yaitu dengan analisis penerapan *target costing*. Metode tersebut dinilai dapat menurunkan total biaya dari total biaya sebelumnya sehingga perusahaan pun bisa mendapatkan laba yang maksimal tanpa harus menaikkan harga jualnya. Sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai analisis penerapan *target costing* pada perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, pertanyaan penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana perhitungan biaya produksi dan laba dengan menggunakan metode *full costing* dan metode *target costing* di Lokasi Penelitian?
2. Bagaimana perbandingan perhitungan biaya produksi dan laba dengan metode *full costing* dan metode *target costing* di Lokasi Penelitian?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah analisis penerapan efisiensi biaya produksi dengan metode *target costing* dilakukan dengan menggunakan data selama kurun waktu satu tahun terakhir yaitu pada Januari-Desember 2017 yang merupakan data biaya produksi dan penjualan tahu terbaru di UD. 3'S PRIMA, selain itu pada tahun 2017 target laba yang diharapkan perusahaan belum tercapai.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang dikaji, tujuan dari penelitian yang dilakukan antara lain:

1. Menganalisis perhitungan biaya produksi dan laba dengan menggunakan metode *full costing* dan metode *target costing* di Lokasi Penelitian.
2. Menganalisis perbandingan perhitungan biaya produksi dan laba dengan menggunakan metode *full costing* dan metode *target costing* di Lokasi Penelitian.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan informasi yang dapat diberikan oleh berbagai pihak yang membutuhkannya, antara lain sebagai berikut:

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan efisiensi biaya produksi tahu, sehingga tujuan dari target laba yang diinginkan dapat tercapai.

2. Para Peneliti Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sumber ilmu pengetahuan dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait efisiensi biaya produksi sebelumnya telah banyak dilakukan menyesuaikan dengan fenomena yang ada dilapang dengan objek penelitian yang berbeda. Penelitian efisiensi biaya produksi dengan penetapan harga jual menggunakan metode *full costing* sebelumnya telah dilakukan oleh Cahyani (2010) dan Setiyaningsih (2013). Kemudian Sagita (2016), Wikaningrum (2016), dan Ambarita (2016) sebelumnya telah melakukan penelitian efisiensi biaya produksi dengan menggunakan metode *target costing*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Cahyani (2010) dan Setiyaningsih (2013) dapat diketahui bahwa penelitian efisiensi biaya produksi dengan penetapan harga jual menggunakan metode *full costing* bertujuan untuk menetapkan harga jual yang tepat sehingga dapat mengefisienkan biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan. Cahyani (2010) dan Setiyaningsih (2013) melakukan penelitian efisiensi biaya produksi dengan penetapan harga jual menggunakan metode *full costing* pada produk tahu, namun dengan lokasi yang berbeda. Analisis pada penelitian yang dilakukan yaitu dengan melakukan penetapan harga jual dengan menggunakan metode *full costing* dan variabel yang sama dalam perhitungan biaya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan biaya non produksi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Cahyani (2010) menunjukkan perhitungan metode *full costing* menunjukkan peningkatan harga pokok produksi, hal tersebut akibat dengan penerapan metode *full costing* seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dimasukkan dan dikalkulasi sehingga menunjukkan hasil aktual yang dikeluarkan perusahaan selama proses produksi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiyaningsih (2013) menunjukkan perhitungan biaya pokok produksi dengan metode *full costing* lebih tinggi karena biaya selama proses produksi dihitung secara terperinci.

Sagita (2016), Wikaningrum (2016), dan Ambarita (2016) melakukan penelitian terkait efisiensi biaya produksi dengan metode *target costing*. Tujuan dari penelitian yang dilakukan yaitu menganalisis komponen biaya dengan metode yang diterapkan oleh perusahaan dan menganalisis efisiensi biaya produksi

dengan metode *target costing*. Sagita (2016) melakukan penelitian efisiensi biaya produksi pada produk tahu kuning, Wikaningrum (2016) pada produk marning jagung, dan Ambarita (2016) pada produk keripik kentang. Variabel perhitungan biaya yang digunakan pada penelitian tersebut sama, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan biaya non produksi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sagita (2016) menunjukkan dengan menggunakan metode *target costing* mampu memberikan biaya yang lebih efisien untuk produk tahu kuning yaitu sebesar Rp 15.000,00 dari biaya sebelumnya sebesar Rp 15.363,00. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wikaningrum (2016) menunjukkan metode *target costing* merupakan alternatif yang tepat bagi perusahaan, dapat diketahui perbedaan jumlah total biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan sebelum dan sesudah menggunakan metode *target costing*. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ambarita (2016) menunjukkan bahwa komponen biaya yang menyebabkan biaya produksi menjadi tinggi ialah biaya overhead pabrik khususnya biaya kemasan, sehingga dilakukan rekayasa nilai pada biaya kemasan. Margin laba yang diperoleh perusahaan dengan menggunakan metode *target costing* setelah rekayasa nilai adalah Rp 4.270,27.

Persamaan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cahyani (2010) dan Setiyaningsih (2013) dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada objek penelitian, yaitu melakukan penelitian efisiensi biaya produksi pada produk tahu. Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada penerapan metode yang digunakan. Kedua penelitian tersebut melakukan penelitian efisiensi biaya produksi dengan penetapan harga jual menggunakan metode *full costing*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu melakukan analisis efisiensi biaya produksi dengan metode *target costing*.

Persamaan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sagita (2016), Wikaningrum (2016), dan Ambarita (2016) dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah tujuan dan analisis data yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi biaya produksi dengan metode *target costing*. Kemudian, analisis data dilakukan dengan melakukan perhitungan biaya dan laba dengan metode *target costing* kemudian melakukan rekayasa nilai dan

membandingkan hasil perhitungan analisis dengan metode yang diterapkan oleh perusahaan. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah objek penelitian. Objek penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu menganalisis biaya dan laba pada produk tahu di lokasi penelitian.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Biaya Produksi dan Non Produksi

Definisi biaya (*cost*) menurut Dunia (2012) 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. Biaya merupakan suatu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dengan satuan yang dilakukan untuk memperoleh aktiva dan dapat memberikan manfaat ekonomis dimasa mendatang (Sugianto, 2007). Widilestariningtyas (2012) mendefinisikan biaya dalam artian luas yaitu sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Terdapat empat unsur pokok dalam definisi biaya yaitu:

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi,
2. Diukur dalam satuan uang,
3. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi,
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Menurut Bustami (2009) biaya dalam hubungan dengan produk dikelompokkan menjadi biaya produksi dan non produksi. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi suatu produk, sedangkan biaya non produksi merupakan biaya yang tidak berhubungan selama proses produksi. Yovita (2011) mengelompokkan biaya berdasarkan hubungan dalam produk sebagai berikut:

A. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk. Biaya ini disebut juga sebagai biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk. Wijaya (2009) mendeskripsikan biaya produksi adalah sejumlah biaya atau uang yang dikeluarkan

untuk dapat melakukan kegiatan produksi barang. Komponen biaya yang termasuk dalam biaya produksi antara lain:

1. Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya bahan baku langsung adalah biaya bahan baku yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Wijaya (2009) menambahkan biaya bahan baku langsung merupakan biaya bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Contoh biaya bahan baku langsung yaitu kedelai dalam pembuatan tempe, singkong dalam pembuatan keripik, susu dalam pembuatan yogurt, dan lain-lain.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang digunakan dalam proses merubah atau mengonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Biaya tenaga kerja langsung merupakan balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja langsung dan jejak manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk tertentu. Contoh biaya tenaga kerja langsung yaitu tenaga kerja masak pada industri olahan, tukang jahit atau bordir, dan lain-lain.

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam proses pembuatan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya overhead pabrik secara tidak langsung dikeluarkan selama proses produksi. Contoh biaya overhead pabrik antara lain:

- a. Bahan baku tidak langsung (bahan pembantu atau penolong), adalah bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk tetapi pemakaiannya relatif lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Contoh biaya bahan baku tidak langsung yaitu garam, penyedap rasa, dan lain-lain.
- b. Tenaga kerja tidak langsung, adalah tenaga kerja yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contoh biaya tenaga kerja tidak langsung yaitu tenaga kerja penolong, tenaga kerja harian, dan lain-lain.

- c. Biaya tidak langsung lainnya, adalah biaya selain bahan baku tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contoh biaya tidak langsung lainnya yaitu penyusutan dan amortisasi aktiva tetap pabrik, reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik, sewa pabrik, asuransi pabrik, listrik, telepon, air, dan lain-lain.

Menurut Mulyadi (2005) perubahan volume produksi atau output produksi dapat mempengaruhi biaya secara proporsional, sementara biaya yang lain relatif tetap terhadap perubahan volume produksi. Perubahan biaya terhadap jumlah output harus diperhatikan pihak manajemen dalam melaksanakan efisiensi biaya. Klasifikasi biaya terhadap perubahan volume produksi digolongkan sebagai berikut:

1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk tetap dapat menjalankan kegiatan operasional perusahaan (*being in business*). Biaya tetap adalah biaya yang perubahannya terhadap perubahan volume produksi relatif tetap dan bersifat konstan secara total dalam rentang yang relevan. Dengan kata lain biaya tetap per unit semakin kecil seiring meningkatnya volume produksi dalam rentang yang relevan.

Menurut Dunia (2012) biaya tetap didefinisikan sebagai biaya yang total tidak berubah saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun. Meskipun beberapa jenis biaya tampak sebagai biaya tetap, semua biaya sebenarnya bersifat variabel dalam jangka panjang. Satu jenis biaya tertentu sebaiknya diklasifikasikan sebagai biaya tetap hanya dalam rentang aktivitas yang terbatas. Rentang aktivitas yang terbatas ini sering disebut rentang yang relevan (*relevant range*). Total biaya tetap akan berubah di luar rentang aktivitas yang relevan.

Beberapa pengeluaran bersifat tetap karena kebijakan manajemen misalnya tingkat iklan dan jumlah sumbangan sosial yang ditentukan oleh manajemen dan tidak terkait langsung dengan aktivitas penjualan atau produksi. Pengeluaran yang demikian kadang-kadang disebut sebagai beban tetap diskresioner (*discretionary fixed costs*) atau biaya tetap terprogram (*programmed fixed cost*). Pengeluaran yang membutuhkan suatu seri pembayaran selama jangka waktu yang lama disebut

biaya tetap terkait (*committed fixed cost*). Sebagai contoh biaya overhead pabrik yang diklasifikasi sebagai biaya tetap adalah beban bunga atas utang jangka panjang dan sewa jangka panjang.

2. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasional (*doing business*). Biaya variabel merupakan biaya yang dapat berubah secara proporsional terhadap perubahan volume produksi dalam rentan yang relevan (*relevant range*). Dengan kata lain, perubahan biaya variabel per unit relatif konstan dengan perubahan volume produksi dalam rentan yang relevan.

Menurut Dunia (2012) biaya variabel didefinisikan sebagai biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas bisnis dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas bisnis. Biaya variabel termasuk biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. Biaya variabel biasanya dapat didefinisikan langsung dengan aktivitas yang menimbulkan biaya. Dalam praktik, hubungan antar aktivitas bisnis dan biaya variabel terkait biasanya dianggap linier yaitu total biaya variabel diasumsikan meningkat dalam jumlah konstan untuk setiap satu unit peningkatan dalam aktivitas bisnis, tetapi hubungan aktual jarang yang linier secara sempurna sepanjang rentang aktivitas yang mungkin. Sebagai contoh biaya overhead pabrik yang diklasifikasi sebagai biaya variabel yaitu biaya perlengkapan dan peralatan produksi, bahan bakar, penanganan bahan baku, upah lembur, dan lain-lain.

3. Biaya Semi Variabel

Menurut Dunia (2012) biaya semivariabel didefinisikan sebagai biaya yang memperlihatkan baik karakter-karakter dari biaya tetap maupun biaya variabel. Karakteristik biaya semi variabel adalah biaya ini meningkat atau menurun sesuai dengan peningkatan atau penurunan aktivitas bisnis namun tidak proporsional. Sebagai contoh biaya overhead pabrik yang diklasifikasi sebagai biaya semi variabel yaitu biaya listrik, air, gas, bensin, batu bara, pemeliharaan, beberapa tenaga kerja tidak langsung dan lain-lain.

B. Biaya Non Produksi

Biaya non produksi adalah biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi. Biaya ini disebut biaya komersial atau biaya operasi. Biaya ini digolongkan sebagai biaya periode yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan interval waktu. Jenis biaya ini antara lain:

1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Biaya ini dikeluarkan apabila produk telah selesai dan siap dipasarkan ke tangan konsumen. Hidayat (2016) menambahkan biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan usaha memperoleh pesanan dan memenuhi pesanan. Contoh biaya pemasaran yaitu biaya promosi, biaya iklan, gaji karyawan bagian penjual, komisi penjualan, biaya angkut barang ke luar, dan lain-lain.

2. Biaya Administrasi

Biaya administrasi adalah biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran. Biaya ini dikeluarkan dalam hubungan dengan kegiatan penentu kebijakan, pengarahannya, pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar berjalan dengan efektif dan efisien. Contoh biaya administrasi yaitu biaya administrasi kantor. Hidayat (2016) menambahkan biaya administrasi adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan penganturan, pengawasan, dan tata usaha organisasi perusahaan. Sebagai contoh yaitu gaji direksi, gaji pegawai bagian administrasi kantor, gaji pegawai bagian akuntansi, biaya perlengkapan kantor, penyusutan peralatan kantor, dan lain-lain.

2.2.2 Metode *Full Costing*

Penentuan harga pokok produksi dengan metode *full costing* diterapkan pada teknologi yang stabil dan produksi massal dengan produk yang standar atau homogen. Menurut Riwayadi (2014) metode *full costing* diterapkan pada lingkungan operasional yang banyak menggunakan tenaga kerja atau padat karya (*labor intensive*). Sehingga dalam kasus ini, biaya tenaga kerja langsung memiliki komposisi yang signifikan dalam struktur biaya produksi, sedangkan biaya overhead pabrik memiliki komposisi yang kecil.

Menurut Gunanto (2010) *full costing* merupakan metode penentuan biaya produksi yang menghitung semua unsur biaya produksi ke dalam biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Menurut Khasanah (2011) *full costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik) ditambah dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi, dan umum). Penentuan harga pokok produksi dengan metode *full costing* hanya membebankan biaya produksi ke produk, sedangkan biaya lain yang berkaitan dengan produk seperti biaya penelitian dan pengembangan dan biaya layanan pelanggan tidak dibebankan ke harga pokok produksi.

Perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dilakukan setelah produk selesai dibuat. Harga jual didasarkan pada biaya (*cost-based pricing*). Perhitungan harga jual produk dengan metode *full costing* dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya produksi} + \text{Laba yang diinginkan}$$

2.2.3 Metode Target Costing

Penentuan harga pokok produksi merupakan salah satu strategi dalam perencanaan biaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk tetap bertahan di dalam persaingan bisnis yang ketat. Clifton, *et.al* (2004) mendefinisikan *target costing*:

“Target costing is a disciplined for determining and realizing a total cost at which a proposed product with specified functionality must be produced to generate the desired profit ability at its anticipated selling price in the future.”

Target costing adalah disiplin untuk menentukan dan mewujudkan total biaya dimana produk yang diusulkan dengan fungsionalitas tertentu harus diproduksi untuk menghasilkan kemampuan keuntungan yang diinginkan dengan harga jual yang diantisipasi di masa depan. Menurut Rudianto (2013) *target costing* adalah metode untuk menentukan biaya produksi dimana perusahaan terlebih dahulu menentukan biaya produksi yang harus dikeluarkan berdasarkan harga pasar kompetitif, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang diharapkan. Menurut Sharafoddin (2015) *target costing* adalah strategi proses dalam

manajemen biaya produk baru untuk mengurangi biaya yang ada dan diimplementasikan pada awal siklus hidup produk (tahap perencanaan dan perancangan) untuk memaksimalkan profitabilitas produk.

Menurut Riwayadi (2014) perhitungan harga pokok target (*target costing*) umumnya diterapkan pada tahap pengembangan produk baru. Sebelum produk dibuat, perusahaan perlu menetapkan harga yang pelanggan bersedia membayar dengan mempertimbangkan harga pesaing dan tambahan fungsi produksi. Harga pokok target ditentukan sebelum produk dibuat dengan cara mengurangi target harga jual dengan target laba yang diinginkan. Jika perusahaan tidak dapat menghasilkan produk berdasarkan harga pokok target dipicu oleh pasar (*market driven*), produk yang diluncurkan dapat langsung bersifat kompetitif. Harga pokok target ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Harga target} = \text{Harga jual target} - \text{Laba target}$$

Menurut Tunggal (2001) terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen dalam penerapan metode *target costing* dalam pengendalian biaya, antara lain sebagai berikut:

1. *Internal examination*, perusahaan memahami aktivitas-aktivitas dalam perusahaan yang sedang berjalan maupun yang akan datang.
2. *External analysis*, perusahaan menentukan kebutuhan konsumen, keterbatasan pasar, persaingan pasar, produk pesaing, dan lain-lain.
3. *The process design*, perusahaan melakukan rekayasa nilai, perbaikan terus menerus, dan kerjasama dengan *supplier*.
4. *Performance evaluation*, perusahaan melakukan evaluasi kerja baik yang bersifat kuantitatif dan kualitatif.

A. Manfaat Metode *Target Costing*

Menurut Clifton, *et.al* (2004) manfaat utama dari penerapan metode target costing antara lain:

1. Memiliki produk yang tepat
2. Memiliki harga yang kompetitif
3. Menghasilkan keuntungan

Target costing mendapat efektivitas dari pendekatan *market-driven* untuk manajemen biaya. Terkadang sasaran biaya ditetapkan oleh perusahaan berdasarkan versi produk sebelumnya, atau tidak mempertimbangkan apapun. *Target costing* secara ketat untuk menetapkan target. Perusahaan lebih termotivasi ketika mereka mengerti bahwa ada alasan eksternal rasional untuk tujuan ambisius yang ingin mereka capai. Secara umum, kinerja lebih baik bila ditujukan pada tujuan spesifik daripada tujuan "usaha terbaik" yang tidak ditentukan.

Target costing juga efektif karena hasilnya berasal dari penggunaan kekuatan seluruh perusahaan, dan bukan hanya tim pengembangan dan teknik. Di dunia yang berubah dengan cepat hari ini, hampir tidak mungkin untuk mengenalkan produk dengan tim desain yang terisolasi kecil. Ada masalah hukum, teknis, pemasaran, dan bisnis yang harus dipuaskan semuanya.

Clifton, *et.al* (2004) menambahkan biaya target dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, diantaranya:

1. Mengarahkan perusahaan ke pasar
2. Penelitian pengembangan yang strategis dengan kebutuhan pelanggan
3. Memudahkan dan mendukung manajemen biaya pada tahap desain awal suatu produk
4. Memungkinkan perusahaan untuk secara aktif mengelola biaya dengan menyediakan target biaya yang dapat ditinjau secara berkala
5. Membantu perusahaan memenuhi tujuan finansialnya, sehingga melestarikan penghidupan para pelanggan, karyawan, dan pemegang sahamnya.
6. Memotivasi karyawan melalui penggunaan kebutuhan berbasis pasar ketimbang tujuan perusahaan yang abstrak.

B. Prinsip-prinsip dalam Metode *Target Costing*

Menurut Sharafoddin (2015) terdapat prinsip utama dalam metode *target costing*:

1. Harga Berdasarkan Pasar

Sistem penetapan biaya target dilakukan dengan menetapkan biaya berdasarkan perkiraan harga produk di pasar, menentukan keuntungan yang diharapkan, dan mengurangi kedua nilai dari biaya target dan laba target. Dengan

kata lain, *target costing* memperkirakan biaya untuk mencapai keputusan berdasarkan harga pasar.

2. Berorientasi pada Pelanggan

Penerapan *target costing* harus menimbang kebutuhan pelanggan dan meningkatkan fungsi produk, meningkatkan kehandalan dan tidak adanya keterlambatan dalam penawaran produk ke pasar dan memperhitungkan kondisi perusahaan dalam hal daya saing yang diperlukan. Harapan pelanggan terhadap kualitas, biaya dan waktu harus dipertimbangkan secara bersamaan dalam produk. Hasil yang diharapkan antara lain memperoleh kepuasan pelanggan, pelanggan puas dengan harga yang telah bayar dan pangsa pasar atau jumlah penjualannya perusahaan meningkat.

3. Berorientasi pada Desain Produk

Sistem penerapan *target costing* mempertimbangkan desain dan proses produk sebagai faktor utama dalam manajemen biaya. Dalam *target costing*, banyak waktu yang dihabiskan pada tahap perancangan dengan mengeliminasi biaya dan memakan waktu untuk ke pasar. Empat prinsip pada pendekatan ini yaitu:

- a. Biaya harus dipantau dan dikontrol sebelum terjadi proses produksi.
- b. Membutuhkan pemeriksaan biaya yang mempengaruhi produk dalam teknologi desain produk.
- c. Mengarah pada partisipasi setiap sektor khusus dalam penyelidikan desain.
- d. Mendorong teknologi desain dan proses produk dibandingkan dengan proses desain secara tradisional.

4. Kerjasama antar Sistem Sektor Khusus

Faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan penetapan *target costing* adalah kerjasama antar sistem sektor-sektor khusus. Tim multitask, memfokuskan upaya pada semua departemen terkait, memotivasi semua karyawan dalam proses produksi serta mengambil tanggung jawab penuh dari tahap awal perancangan desain kemudian proses produksi sampai memasarkan produk.

5. Berorientasi pada Siklus Hidup Produk

Interval antara tahap desain untuk memasok produk baru ke pasar dan penghentian produksi karena kurangnya permintaan di pasar tersebut adalah siklus

hidup produk. Tujuan penetapan *target costing* adalah menyelidiki dari semua biaya yang terkait dengan produk sepanjang siklus hidup produk.

6. Partisipasi dalam Rantai Nilai

Tujuan akhir dari setiap organisasi atau perusahaan adalah menciptakan nilai bagi pelanggan. Sebuah organisasi akan menjadi menguntungkan bila nilai yang tercipta lebih besar dari pada biaya produksi dan penyediaan layanan.

C. Karakteristik *Target Costing*

Everaert, *et.al* (2006) menyimpulkan karakteristik metode *target costing* sebagai berikut:

1. *Target costing* diterapkan selama proses perencanaan produk dengan cara yang berorientasi pasar.
2. Target margin profit ditentukan pada saat perencanaan produk, berdasarkan strategi perencanaan profit.
3. Target biaya ditetapkan sebelum pengembangan produk baru benar-benar dimulai berdasarkan metode pengurangan atau penambahan.
4. Biaya target dibagi menjadi biaya target untuk fungsi, perakitan, item biaya, design, dan pemasok.
5. *Target costing* membutuhkan kerjasama lintas fungsi
6. Informasi biaya terperinci disediakan untuk mendukung pengurangan biaya.
7. Tingkat biaya produk masa depan (*drifting cost*) dibandingkan dengan biaya target pada point yang berbeda selama pengembangan produk baru.
8. Menetapkan aturan umum bahwa biaya target tidak akan pernah terlampaui.

D. Langkah-langkah Mengimplementasikan Metode *Target Costing*

Menurut Rudianto (2013) penerapan metode *target costing* dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan Harga Jual yang Kompetitif

Menentukan harga jual produk perlu mempertimbangkan beberapa hal seperti harga produk pesaing, daya beli konsumen, kondisi perekonomian, nilai tukar rupiah, dan lain-lain. Faktor-faktor tersebut akan menentukan jumlah permintaan terhadap produk perusahaan. Selain itu, produk sejenis yang ditawarkan dipasaran

juga akan mempengaruhi mekanisme suatu pasar. Jumlah dari permintaan dan penawaran tersebut akan mempengaruhi harga jual produk perusahaan.

2. Menentukan Target Laba

Setelah menentukan harga jual produk dengan beberapa pertimbangan mekanisme pasar, perusahaan harus menentukan harga jual produk per unit. Hal-hal yang dapat berpengaruh secara langsung terhadap harga jual produk per unit diantaranya pangsa pasar yang ingin dicapai, level pertumbuhan perusahaan yang ingin dicapai, volume penjualan, dan lain-lain. Unsur-unsur tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap laba per unit yang ingin dicapai.

3. Menetapkan Target Biaya

Berdasarkan harga jual yang telah ditentukan dikurangi dengan laba per unit produk yang diharapkan, perusahaan dapat menentukan tingkat biaya yang diharapkan untuk menghasilkan produk yang diinginkan. Harga yang ditetapkan harus mewakili harga pasar sebagai unsur penting dalam persaingan. Penetapan target biaya dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

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

4. Melakukan Rekayasa Nilai

Rekayasa nilai digunakan dalam metode *target costing* untuk menurunkan biaya produksi melalui analisis konsumen, yang digunakan untuk mengidentifikasi preferensi konsumen yang kritis/penting guna mengetahui konsumen maunya produk yang kaya apa berhubungan dengan fungsi-fungsinya, jika ada produk hasil inovasi atau produk baru. Jenis rekayasa nilai digunakan tergantung pada fungsionalitas produk tersebut. Klasifikasi produk berdasarkan fungsionalitasnya dibagi menjadi dua, antara lain:

a. Kelompok Produk yang Fungsionalitasnya Relatif Mudah Dimodifikasi

Kelompok produk yang sering berubah model atau sering mengalami perbaikan atau sering alami perubahan preferensi konsumen. Contoh : Mobil, handphone, jam tangan dll. Untuk kelompok ini, produsen harus selalu inovatif. Kelompok produk umumnya *Cycle Life Productnya* pendek, misalnya dalam produksi mobil dituntut selalu dapat menghasilkan mobil dengan penampilan baru, tambahan fasilitas keamanan sedang dalam computer software selalu

dituntut untuk hasilkan software dengan kemampuan melakukan analysis yang lebih baik dan tepat.

Analisis fungsional merupakan bentuk umum dari rekayasa nilai untuk mengkaji kembali kinerja dan biaya dari masing-masing fungsi utama produk. Tahap ini menggunakan perbandingan untuk menentukan desain yang lebih baik yang dapat diunggulkan oleh perusahaan. Jadi tahap ini dilakukan usaha untuk perbaikan fungsi suatu produk dengan mempertahankan biaya yang lebih rendah dari biaya target.

b. Kelompok Produk yang Fungsionalitasnya Relatif Stabil

Produk dalam golongan ini, modelnya relatif stabil atau tidak sering mengalami perubahan preferensi konsumen. Contohnya : Peralatan konstruksi, truk, alat kedokteran, dan lain-lain. Untuk kelompok ini produsen harus merancang fungsionalitas produk sebaik mungkin (karena cenderung stabil). Analisis desain merupakan bentuk umum dari rekayasa nilai yang sesuai untuk produk dalam kelompok ini. Perusahaan harus mampu menyiapkan desain produk yang mempunyai keunggulan yang hamper sama namun mempunyai tampilan dan biaya yang dikeluarkan berbeda.

E. Perbedaan Metode *Full Costing* dengan Metode *Target Costing*

Full costing adalah kalkulasi biaya yang membebankan objek biaya berdasarkan estimasi yang beralasan melalui tarif yang dianggarkan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. *Full costing* didasarkan pada semua biaya yang diserap dalam proses produksi. Menurut Samryn (2012) selain harga pokok produksi, dalam metode penetapan harga jual ini juga diperhitungkan biaya-biaya pemasaran, distribusi, dan biaya-biaya lain dalam rantai nilai pelayanan pelanggan.

Target costing mempertimbangkan biaya berdasarkan berbagai sudut pasar yang terdiri dari konsumen dan pesaing dalam rangka pengendalian biaya dan memenuhi laba yang diinginkan. *Target costing* disebut juga *cost planning* atau *cost project* sebagai sistem yang mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap perencanaan dan pengembangan produk. Penerapan *target costing* tidak

hanya berlaku pada produk baru, tetapi juga berlaku pada produk yang sedang berjalan dengan penerapan metode rekayasa nilai (*value engineering*).

Menurut Sharafoddin (2015) terdapat perbedaan antara metode *full costing* dengan metode *target costing* dalam manajemen biaya. Perbedaan tersebut sebagai berikut:

Tabel 1. Perbedaan Metode *Full Costing* dengan Metode *Target Costing*

Metode <i>Full Costing</i>	Metode <i>Target Costing</i>
Harga pasar tidak dianggap sebagai bagian dari perencanaan biaya utama.	Harga kompetitif dianggap sebagai bagian dari biaya utama
Biaya menentukan harga jual.	Harga jual menentukan biaya.
Kerugian dan ketidakefisienan dipertimbangkan dalam pengurangan biaya.	Desain merupakan faktor penting dalam mengurangi biaya.
Pelanggan tidak terlibat dalam pengurangan biaya.	Data pelanggan dianggap sebagai paduan untuk pengurangan biaya.
Kerja tim dan jumlah keahlian tidak diperhitungkan.	Kerja tim dan berbagai keahlian diperhitungkan.
Biaya utama dan beberapa bagian laba berasal dari sistem tertutup.	Sistem terbuka mempertimbangkan fungsi interaktif atau efek eksternal dari variabel pada sistem.
Pemasok bahan dan peralatan dilibatkan setelah merancang produk.	Pemasok bahan dan peralatan dilibatkan sebelum merancang produk.
Tidak menggunakan rekayasa nilai.	Rekayasa nilai digunakan sebagai prasyarat dalam metode ini.

III. KERANGKA PEMIKIRAN

3.1 Kerangka Pemikiran

UD. 3 S'PRIMA Kota Batu merupakan salah satu UMKM di Kota Batu yang bergerak di bidang produksi tahu. Beberapa proses dilakukan oleh perusahaan untuk mengolah biji kedelai hingga menjadi tahu putih. Area pemasaran produk dari perusahaan ini adalah toko dan pasar yang berada di daerah Batu, Malang, dan sekitarnya.

Harga jual yang digunakan dalam memasarkan produk yaitu harga jual yang disesuaikan dengan pasar (harga kompetitif). Perusahaan tidak dapat menaikkan harga jual produk karena ditafsirkan produk menjadi tidak laku dipasaran. Hal tersebut diyakini perusahaan karena mengingat produk tahu tersebut memiliki kualitas yang relatif sama dengan para pesaing, sehingga bukan menjadi alternatif dalam peningkatan laba perusahaan.

Analisis penetapan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan dilakukan dengan metode *full costing*. Perhitungan di dalam analisis biaya dengan metode *full costing*, perusahaan mengetahui biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi tahu. Biaya-biaya tersebut diantaranya biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik (biaya penolong, biaya kemasan, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya listrik, biaya air, biaya telepon, dan penyusutan mesin), dan biaya non produksi (biaya administrasi dan biaya pemasaran) pada tahun 2017. Dari hasil analisis dengan metode *full costing*, perusahaan belum mencapai target laba yang diharapkan akibat biaya produksi yang belum efisien.

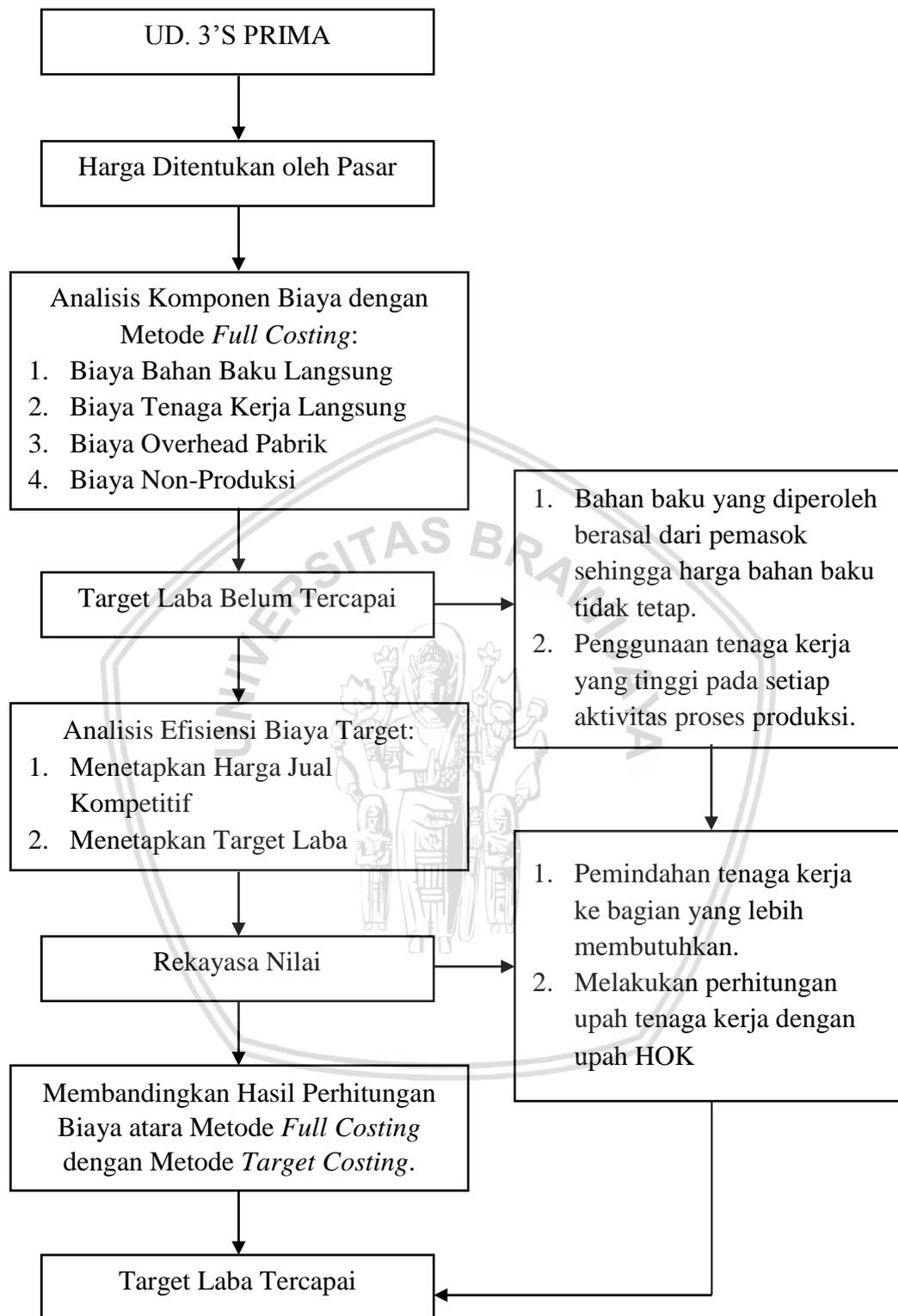
Belum tercapainya target laba perusahaan disebabkan tingginya biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. Biaya bahan baku yang tinggi disebabkan bahan baku pada produksi tahu, yaitu kedelai yang digunakan oleh perusahaan diperoleh dari pemasok. Harga kedelai yang diperoleh dari pemasok merupakan permasalahan yang dihadapi perusahaan akibat tidak menentukannya harga kedelai oleh pemasok. Sedangkan biaya tenaga kerja yang tinggi akibat banyaknya penggunaan tenaga kerja pada setiap aktivitas proses produksi. Setiap aktivitas proses produksi, perusahaan menggunakan tenaga kerja disetiap unit. Hal tersebut menyebabkan perusahaan mengeluarkan biaya tenaga kerja yang tinggi. Sehingga

perusahaan membutuhkan perencanaan dalam mengefisienkan biaya untuk mencapai target laba yang diharapkan perusahaan.

Metode *target costing* dapat digunakan perusahaan sebagai alat ukur dalam efisiensi biaya, dimana dengan metode ini harga jual dan target laba ditentukan terlebih dahulu untuk mengetahui berapa biaya yang efisien untuk mencapai target laba tersebut. Setelah melakukan analisis dengan *target costing* diperoleh biaya produk per kemasan dan perusahaan dapat mengetahui perolehan biaya acuan yang efisien dalam produksi tahu. Acuan biaya efisien tersebut dapat dibandingkan (analisis deskriptif komparatif) dengan analisis perhitungan biaya yang dilakukan oleh perusahaan (metode *full costing*) dengan metode *target costing*. Hasil perbandingan dapat dijadikan acuan untuk melakukan tindakan efisiensi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Tahap yang dilakukan yaitu dengan rekayasa nilai. Rekayasa nilai merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk menurunkan biaya produksi melalui analisis konsumen. Rekayasa nilai perlu dilakukan untuk upaya menurunkan biaya yang dinilai belum efisien. Pada tahap ini, peneliti melakukan analisis rekayasa nilai dengan memberikan alternatif kepada perusahaan dalam mengalokasikan biaya agar efisien. Alternatif yang diberikan berdasarkan pada data biaya produksi dan non-produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan pada tahun 2017. Alternatif biaya yang dilakukan pada tahap rekayasa nilai pada penelitian ini adalah melakukan penekanan pada biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya kemasan, dan biaya tenaga kerja bagian pemasaran. Penekanan biaya pada komponen biaya tersebut diharapkan, perusahaan dapat mencapai target laba dengan peningkatan volume penjualan dan biaya produksi yang efisien, tanpa meningkatkan harga jual produk.

Hasil perhitungan biaya yang telah diterapkan perusahaan dengan metode *full costing* kemudian dibandingkan dengan perhitungan biaya dengan metode *target costing*. Hasil perbandingan perhitungan nantinya dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam melakukan perhitungan biaya. Sehingga nantinya perusahaan dapat mencapai target laba yang diharapkan. Kerangka pemikiran pada penelitian ini seperti pada Skema 1 berikut:



Skema 1. Kerangka Pemikiran Analisis Penerapan Metode *Target Costing* di UD. 3'S PRIMA

3.2 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah perhitungan biaya produksi dan laba dengan metode *target costing* lebih efisien dibandingkan dengan perhitungan biaya dengan metode *full costing*, karena dilakukan rekayasa nilai untuk mencapai biaya produksi yang efisien.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dan pengukuran variabel pada penelitian ini antara lain seperti pada Tabel 2 berikut:



Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
Metode <i>Full Costing</i> (Harga Jual= Total Biaya + Target Laba)	Biaya bahan baku langsung	Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk pembelian bahan baku untuk produksi tahu putih.	Penjumlahan biaya bahan baku untuk menghasilkan suatu produk (Rp/bulan)
	Biaya tenaga kerja langsung	Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk tenaga kerja yang membantu selama proses produksi.	Penjumlahan biaya tenaga kerja untuk memproduksi suatu produk (Rp/bulan)
	Biaya overhead pabrik	Biaya yang dikeluarkan perusahaan sebagai penunjang selama proses produksi.	Penjumlahan biaya overhead pabrik yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk (Rp/bulan)
	Biaya pemasaran	Biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran produk.	Penjumlahan biaya pemasaran dalam rangka memasarkan produk ke konsumen (Rp/bulan)
	Biaya administrasi	Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan administrasi perusahaan.	Penjumlahan biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan untuk memproduksi setiap unit produk (Rp/bulan)
	Biaya produksi	Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama proses pengolahan bahan baku menjadi bahan jadi	Penjumlahan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik (Rp/bulan)
	Biaya non produksi	Biaya yang dikeluarkan perusahaan diluar komponen biaya produksi.	Penjumlahan dari biaya pemasaran dan biaya administrasi (Rp/bulan)
	Total biaya	Jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi produk yang terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi.	Penjumlahan dari biaya produksi dan biaya non produksi yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk (Rp/bulan)

Tabel 2. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
Metode <i>Target Costing</i> ($TC_i = P_i - M_i$)	Volume penjualan	Jumlah produk yang dijual oleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu.	Keseluruhan produk yang dijual ke konsumen setiap bulannya (Unit/bulan)
	Volume produksi	Jumlah produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu.	Keseluruhan produk yang dihasilkan setiap bulannya (Unit/bulan)
	Harga pokok produksi	Jumlah seluruh biaya produksi yang dikeluarkan selama proses produksi.	Total biaya produksi yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk (Rp/bulan)
	Harga jual	Besarnya angka yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh suatu produk.	Tingkat harga produk yang dibayar oleh setiap konsumen dalam satuan rupiah per unit (Rp/unit)
	Profit	Hasil yang diperoleh unit usaha setelah pengurangan pendapatan dengan total biaya.	Selisih antara pendapatan yang diperoleh perusahaan dengan total biaya yang dikeluarkan perusahaan selama produksi (Rp/bulan)
	Margin profit	Persentase selisih antara pendapatan yang diperoleh perusahaan dengan total biaya yang dikeluarkan.	Selisih antara harga jual produk dan total biaya, dikalikan dengan 100% (Rupiah (%))
	Biaya target	Selisih antara harga jual dengan target profit.	Selisih antara harga jual kompetitif dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan (Rp/unit)
	Biaya bahan baku langsung	Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk pembelian bahan baku untuk produksi tahu putih.	Penjumlahan biaya bahan baku untuk menghasilkan suatu produk (Rp/bulan)

Tabel 2. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
	Biaya tenaga kerja langsung	Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk tenaga kerja yang membantu selama proses produksi.	Penjumlahan biaya tenaga kerja untuk memproduksi suatu produk (Rp/bulan)
	Biaya overhead pabrik	Biaya yang dikeluarkan perusahaan sebagai penunjang selama proses produksi.	Penjumlahan biaya overhead pabrik yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk (Rp/bulan)
	Biaya pemasaran	Biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran produk.	Penjumlahan biaya pemasaran dalam rangka memasarkan produk ke konsumen (Rp/bulan)
	Biaya adminitrasi	Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan adminitrasi perusahaan.	Penjumlahan biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan untuk memproduksi setiap unit produk (Rp/bulan)
	Biaya produksi	Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selama proses pengolahan bahan baku menjadi bahan jadi	Penjumlahan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead parik (Rp/bulan)
	Biaya non produksi	Biaya yang dikeluarkan perusahaan diluar komponen biaya produksi.	Penjumlahan dari biaya pemasaran dan biaya administrasi (Rp/bulan)
	Total biaya	Jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi produk yang terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi.	Penjumlahan dari biaya produksi dan biaya non produksi yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk (Rp/bulan)
	Volume penjualan	Jumlah produk yang dijual oleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu.	Keseluruhan produk yang dijual ke konsumen setiap bulannya (Unit/Bulan)

Tabel 2. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
	Volume produksi	Jumlah produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu.	Keseluruhan produk yang dihasilkan setiap bulannya (Unit/Bulan)
	Harga pokok produksi	Jumlah seluruh biaya produksi yang dikeluarkan selama proses produksi.	Total biaya produksi yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk (Rp/bulan)
	Harga jual	Besarnya angka yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh suatu produk.	Tingkat harga produk yang dibayar oleh setiap konsumen dalam satuan rupiah per unit (Rp/unit)
	Profit	Hasil yang diperoleh unit usaha setelah pengurangan pendapatan dengan total biaya.	Selisih antara pendapatan yang diperoleh perusahaan dengan total biaya yang dikeluarkan perusahaan selama produksi (Rp/bulan)
	Margin profit	Persentase selisih antara pendapatan yang diperoleh perusahaan dengan total biaya yang dikeluarkan.	Selisih antara harga jual produk dan total biaya, dikalikan dengan 100% (Rupiah (%))

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ditinjau dari aspek tujuan yaitu penafsiran data dan menampilkan hasil analisis data. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis komponen biaya dengan metode yang digunakan oleh perusahaan (*full costing*) dan menganalisis efisiensi biaya produksi dengan metode *target costing* dalam upaya peningkatan laba dengan melakukan perhitungan sesuai rumus dan melibatkan variabel-variabel biaya seperti biaya produksi dan non-produksi.

4.2 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan berlokasi di UD. 3'S PRIMA, Desa Temas, Kecamatan Batu, Kota Batu. Penentuan lokasi dilakukan secara *purposive* atau sengaja dengan pertimbangan UD. 3'S PRIMA merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi tahu di Kota Batu sejak lama. Perusahaan tersebut telah memproduksi tahu sejak tahun 2001, namun keuntungan yang diperoleh perusahaan tiap tahunnya tidak tetap akibat penerapan perhitungan harga jual yang belum efisien dilakukan oleh perusahaan. Melalui permasalahan tersebut, peneliti memilih penelitian penerapan metode *target costing* sebagai metode pengendalian biaya sehingga UD. 3'S PRIMA dapat mencapai target laba yang diharapkan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari hingga Maret 2018.

4.3 Teknik Penentuan Sampel

Penentuan sampel dilakukan secara *purposive sampling* atau sengaja dengan *judgement sampling*, pertimbangan sampel yang ditentukan merupakan *key informant* yang memiliki peranan penting dalam kegiatan produksi dan manajemen keuangan di UD. 3'S PRIMA. Sampel yang ditentukan pada penelitian ini antara lain:

1. Pemilik UD. 3'S PRIMA sebagai pihak yang memegang keputusan dan bertanggung jawab atas perusahaan dan pencatatan keuangan perusahaan.
2. Mandor dalam kegiatan produksi sebagai pihak yang memimpin kegiatan selama proses produksi.

4.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari UD. 3'S PRIMA sebagai lokasi penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh melalui buku-buku terkait, literature terkait topik penelitian, hasil penelitian terdahulu, dan lain-lain. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini antara lain:

1. Wawancara

Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini berupa tanya jawab untuk memperoleh data atau informasi pendukung. Kegiatan tanya jawab dilakukan secara langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada responden, seperti kepada pemilik dan mandor kegiatan produksi di UD. 3'S PRIMA. Wawancara dilakukan dengan menggunakan kuisisioner yang sebelumnya telah disusun berisi daftar pertanyaan terkait gambaran perusahaan, komponen biaya produksi (biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik) dan biaya non produksi (biaya administrasi dan biaya pemasaran), proses produksi tahu, kapasitas produksi, dan pertanyaan lain yang mendukung guna kebutuhan penelitian.

2. Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan informasi atau data tambahan dalam pelengkapan data yang mendukung guna kebutuhan penelitian. Observasi dilakukan selama kegiatan penelitian berlangsung. Observasi yang dilakukan pada penelitian ini berupa pengamatan langsung kegiatan yang dilakukan di UD. 3'S PRIMA, termasuk kegiatan proses produksi selama pengolahan bahan baku menjadi tahu, proses pencetakan dan pengemasan tahu yang siap dipasarkan, peralatan yang digunakan selama proses produksi, dan lain-lain.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini berupa penyalinan dan pencatatan data dari responden yang mendukung data atau informasi yang dibutuhkan terkait data penjualan, data produksi, data biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan, dan lain-lain. Dokumentasi dilakukan sebagai bukti data yang valid untuk memperkuat penelitian yang dilaksanakan. Kegiatan dokumentasi dilakukan sesuai dengan perizinan dari pihak perusahaan.

4.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode untuk mengolah suatu data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut dapat dipahami dan bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yang dilakukan yaitu menghitung biaya produksi dan keuntungan yang didapatkan perusahaan dengan metode yang digunakan perusahaan (metode *full costing*) dan metode *target costing*. Data yang digunakan pada analisis ini yaitu data produksi pada tahun 2017. Analisis dengan metode *full costing* dilakukan oleh perusahaan untuk penentuan biaya standar. Tahapan analisis dengan metode *full costing* adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung biaya bahan baku per unit pada tahun 2017 yaitu dengan cara membagi total biaya bahan baku yang diperlukan pada satu kali proses produksi dengan total produksi. Biaya bahan baku langsung dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya Bahan Baku (per unit)} = \frac{\text{Total Biaya Bahan Baku}}{\text{Total Produksi}}$$

- b. Menghitung biaya tenaga kerja pada unit 2017 yaitu dengan cara membagi total biaya tenaga kerja dengan total produksi. Biaya tenaga kerja langsung dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya Tenaga Kerja (per unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tenaga Kerja}}{\text{Total Produksi}}$$

- c. Menghitung biaya overhead pabrik pada tahun 2017 yaitu dengan cara membagi total biaya overhead pabrik dengan total produksi. Biaya overhead pabrik dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya Overhead Pabrik (per unit)} = \frac{\text{Total Biaya Overhead Pabrik}}{\text{Total Produksi}}$$

- d. Menghitung biaya non produksi per unit pada tahun 2017 yaitu dengan cara menjumlah biaya pemasaran dan biaya administrasi. Biaya pemasaran diperoleh dengan membagi total biaya pemasaran dengan total produksi. Biaya pemasaran dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya Pemasaran (per unit)} = \frac{\text{Total Biaya Pemasaran}}{\text{Total Produksi}}$$

Biaya administrasi per unit diperoleh dengan membagi total biaya administrasi dengan total produksi. Biaya administrasi dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya Administrasi (per unit)} = \frac{\text{Total Biaya Administrasi}}{\text{Total Produksi}}$$

- e. Menghitung total biaya per unit yang dikeluarkan yaitu dengan cara membagi jumlah total biaya produksi dan biaya non produksi dengan total produksi yang dikeluarkan selama tahun 2017. Total biaya dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Total Biaya (per unit)} = \frac{\text{Total Biaya Produksi} + \text{Total Biaya Non Produksi}}{\text{Total Produksi}}$$

- f. Menyajikan tabel perhitungan laba-rugi yang diperoleh perusahaan pada tahun 2017 dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Penjualan} = \text{Harga Jual} \times \text{Volume Penjualan}$$

$$\text{Laba Kotor} = \text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Produksi}$$

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Biaya Non Produksi}$$

- g. Menghitung margin laba terhadap penjualan produk tahu putih pada tahun 2017 yaitu dengan cara pengurangan harga jual produk (per unit) dengan total biaya (per unit) dibagi harga jual produk (per unit) dari produk kemudian dikalikan seratus persen. Margin profit dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Margin Profit} = \frac{(\text{Harga Jual Produk} - \text{Total Biaya})}{\text{Harga Jual Produk}} \times 100\%$$

Sedangkan tahapan analisis dengan metode *target costing* adalah sebagai berikut:

- Menentukan harga jual kompetitif sesuai yang diterapkan oleh perusahaan.
- Menentukan target laba yang diharapkan oleh perusahaan.
- Menghitung target biaya per unit berdasarkan target harga dan laba yang diharapkan perusahaan. Perhitungan tersebut diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$TC_i = P_i - M_i$$

Keterangan:

TC_i = Target cost per unit produk i

P_i = Harga jual per unit produksi i

M_i = Profit per satuan produksi i (target profit × harga jual per unit)

- d. Menghitung total biaya produksi tahu yang efisien berdasarkan target biaya yang telah diperoleh. Perhitungan ini dilakukan dengan cara mengurangi volume penjualan dengan target biaya sesuai target laba yang diharapkan pada tahun 2017.

Biaya Efisien=Volume Penjualan-Target Biaya

- e. Melakukan rekayasa nilai yang merupakan upaya dalam membantu perusahaan untuk melakukan perhitungan biaya sehingga target laba yang diharapkan dapat terpenuhi.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang dilakukan yaitu dengan membandingkan hasil perhitungan biaya yang didapatkan antara metode yang digunakan perusahaan (metode *full costing*) dengan metode *target costing* (deskriptif komparatif). Hasil perbandingan dapat memberikan gambaran untuk menekan biaya produksi dengan rekayasa nilai sehingga dapat dijadikan strategi bagi perusahaan untuk mencapai target keuntungan yang diinginkan.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

UD. 3'S PRIMA merupakan unit usaha yang menghasilkan produk tahu melalui proses pengolahan kedelai sebagai bahan baku utama. UD. 3'S PRIMA didirikan pada tahun 2001 oleh Bapak Sutrisno dimana perusahaan tersebut berawal dari orang tua beliau yang membangun sebuah pabrik tahu pada tahun 1956 di Bocek, Karangploso yang kemudian perusahaan ini dilanjutkan oleh Bapak Sutrisno hingga saat ini. Kantor dan pabrik perusahaan berlokasi di Jalan GOR Perdamaian Temas, Kota Batu sedangkan rumah dari pemilik berlokasi di Jalan Wukir 140, Temas, Kota Batu.

UD. 3'S PRIMA telah terdaftar sebagai badan usaha dengan adanya Tanda Daftar Perusahaan (TDP) sebagai bukti berbadan usaha berdasarkan Undang-undang. Perusahaan telah memperoleh sertifikat Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Surat Izin Usaha Industri (SIUI) sebagai dokumen jaminan dalam menjalankan bisnisnya. Selain itu, perusahaan telah memperoleh sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) sebagai jaminan dalam keamanan pangan.

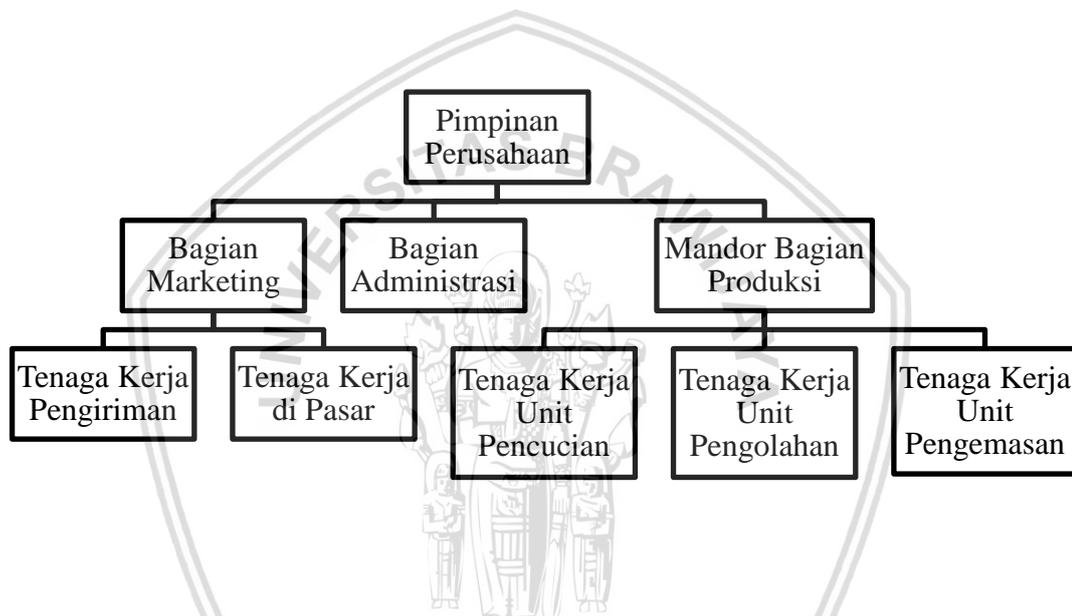
Setiap harinya UD. 3'S PRIMA memerlukan \pm 1.000 kg kedelai yang diperoleh dari impor dimana perolehan kedelai didapatkan dari Surabaya yang nantinya akan menghasilkan produk tahu. Pemasaran produk tahu langsung dilakukan ke pasar di wilayah Batu, Malang, dan sekitarnya. Pemilik perusahaan bersama istrinya menjalankan bisnis ini dengan melakukan pencatatan keuangan. Bagian produksi, perusahaan dibantu oleh seorang mandor, sebagai pemimpin proses produksi di pabrik yang kemudian dibantu oleh tenaga kerja. Bagian *marketing* dan administrasi, perusahaan dibantu oleh beberapa karyawan. Namun demikian, pemilik perusahaan juga terlibat dalam bagian-bagian tersebut, terutama dalam kegiatan pemasaran langsung ke pasar.

5.1.1 Tujuan Perusahaan

UD. 3'S PRIMA menjalankan bisnisnya untuk mencapai tujuan yang diharapkan perusahaan. Tujuan perusahaan pada dasarnya dijadikan wadah dan arahan perusahaan untuk mempertahankan perusahaan. Adapun tujuan perusahaan di UD. 3'S PRIMA sebagai berikut:

1. Tujuan jangka pendek
 - a. Menjaga kelancaran proses produksi
 - b. Mencapai target sesuai kualitas dan mutu yang telah ditetapkan
2. Tujuan jangka panjang
 - a. Mencapai keuntungan yang optimal
 - b. Melaksanakan ekspansi perusahaan
 - c. Meningkatkan reputasi perusahaan

5.1.2 Struktur Organisasi



Deskripsi dari tanggungjawab dalam struktur organisasi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Pimpinan Perusahaan

Pimpinan perusahaan di UD. 3'S PRIMA saat ini adalah Bapak Sutrisno. Pimpinan perusahaan bertugas sebagai berikut:

- a. Membuat dan melaksanakan rencana kerja yang terinci baik rencana jangka panjang maupun jangka pendek.
- b. Mengkoordinasikan semua kegiatan kerja.
- c. Melakukan pencatatan keuangan, berupa uang masuk dan keluar di perusahaan.
- d. Mengevaluasi hasil kegiatan kerja dan mengambil keputusan untuk mencapai efektivitas dan efisiensi kerja.

2. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran bertugas untuk melakukan promosi produk, mencari konsumen baru, membuat catatan order pelanggan serta menerima keluhan atas barang rusak. Tenaga kerja bagian pemasaran terdiri dari tenaga kerja pengiriman dan tenaga kerja di pasar. Tenaga kerja pengiriman bertugas melakukan pengiriman produk tahu dari pabrik ke pasar sasaran dengan transportasi yang telah disediakan oleh perusahaan. Tenaga kerja di pasar bertugas melakukan koordinasi dengan pelanggan di pasar dalam memasarkan produk. Secara keseluruhan, bersama dengan pemilik, bagian pemasaran bertugas melakukan pengiriman produk ke pasar dan merancang kegiatan pemasaran.

3. Bagian Administrasi

Bersama dengan pemilik, bagian administrasi bertugas untuk mencatat dan menyusun transaksi arus keluar masuknya uang perusahaan seperti penerimaan, penjualan tunai, pembayaran gaji karyawan, pembayaran beban listrik, melakukan pembelian bahan baku, pembelian peralatan kantor, dan lain-lain.

4. Bagian Produksi

Bagian produksi bertugas untuk menjalankan proses pengolahan kedelai menjadi tahu dan dilakukan secara terus menerus selama hari kerja. Bagian produksi dipimpin oleh seorang mandor kegiatan produksi. Bersama dengan pemilik, mandor kegiatan produksi melakukan rancangan kerja dan evaluasi dari produksi tahu yang dihasilkan. Adapun unit yang terlibat dalam proses produksi tahu antara lain:

a. Unit Pencucian

Unit ini bertugas untuk menginspeksi biji kedelai yang baik, yang sudah dibeli dan disimpan dalam gudang kemudian dilakukan pencucian dan perendaman \pm 4 jam. Setelah itu, dilakukan inspeksi ulang untuk kedelai yang tidak dapat mengembang dengan sempurna, hal ini dilakukan untuk memperoleh tahu mentah yang berkualitas sedangkan untuk biji kedelai yang rusak dibuang.

b. Unit Pengolahan

Tenaga kerja pada unit ini yaitu tenaga kerja masak tahu yang bertugas untuk melakukan penggilingan kedelai yang sudah direndam hingga menjadi bubur kedelai, selanjutnya bubur kedelai dimasak hingga mengalami 4 kali pendidihan

atau dimasak \pm 30 menit. Setelah mendidih, bubur kedelai disaring dengan menggunakan kain penyaring, saripati yang diperoleh dari proses penyaringan langsung dicetak dan dipress sesuai tingkat ketebalan yang diinginkan, kemudian tahu yang tidak jadi atau hancur pada tahap ini, dilakukan inspeksi ulang untuk diproses kembali sampai diperoleh hasil yang diinginkan. Tahu yang telah jadi kemudian didinginkan dengan air.

c. Unit Pengemasan

Unit ini bertugas untuk mengemas tahu mentah yang sudah jadi dengan kemasan berupa kantong plastik sesuai dengan pesanan. Pada unit ini, terdapat tenaga kerja inspeksi untuk memastikan kembali produk yang dikemas sudah aman dan siap untuk diantar ke pasar atau pelanggan.

5.1.3 Proses Produksi

UD. 3'S PRIMA merupakan industri yang bergerak dalam pengolahan pangan. Beberapa proses dilakukan perusahaan untuk mengolah biji kedelai menjadi produk tahu. Proses produksi yang dilakukan perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Proses Produksi Tahu di UD. 3'S PRIMA

Aktivitas Produksi	Proses
Persiapan dan perendaman bahan baku	Pemindahan bahan baku dari gudang ke tempat perendaman. Perendaman dilakukan dengan air bersih kurang lebih sekitar 3 jam yang bertujuan membuat biji kedelai mengembang.
Pencucian biji kedelai	Proses pencucian merupakan proses lanjutan setelah perendaman. Sebelum dilakukan proses pencucian, kedelai yang di dalam karung dikeluarkan dari bak pencucian kemudian dibuka dan dimasukkan ke dalam ember-ember plastik untuk kemudian dicuci dengan air mengalir. Tujuan dari tahapan pencucian ini agar membersihkan biji-biji kedelai dari kotoran yang nantinya tidak mengganggu proses penggilingan dan agar kotoran tidak tercampur ke dalam adonan tahu. Setelah selesai proses pencucian, kedelai ditiriskan dalam saringan bambu berukuran besar.
Penggilingan kedelai	Penggilingan dilakukan dengan menggunakan mesin giling untuk mengolah kedelai menjadi bubur kedelai.
Perebusan kedelai	Bubur kedelai yang didapatkan dari proses penggilingan kemudian direbus dengan menggunakan uap api panas yang dihasilkan dari ketel uap panas. Proses perebusan ini memerlukan waktu sekitar 30 menit.

Penyaringan	Proses penyaringan yang dilakukan yaitu bubur kedelai yang sudah direbus disaring dengan menggunakan kain penyaringan untuk memisahkan saripati kedelai dengan ampasnya.
Pengendapan	Saripati yang didapatkan kemudian diendapkan hingga mengeras dan siap untuk dicetak.
Pencetakan	Pada tahap ini saripati yang sudah mengeras diletakkan pada cetakan dan di press untuk mendapatkan kepadatan tahu yang diinginkan.
Inspeksi tahu	Inspeksi tahu pada tahap ini berfungsi untuk inspeksi tahu yang rusak, untuk diproses ulang hingga diperoleh hasil tahu yang diinginkan.
Pengemasan	Tahu yang sudah siap kemudian dikemas dengan plastik dan dijual ke pasar sasaran.
Pengiriman tahu	Tahu kemudian dikirim ke pasar dan pelanggan dengan menggunakan <i>pick up</i> dan sepeda motor.

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

5.2 Analisis Metode *Full Costing*

Perhitungan biaya produksi dan laba yang diterapkan di UD. 3'S PRIMA pada tahun 2017 dilakukan dengan metode *full costing*. Penerapan metode *full costing* di UD. 3'S PRIMA dilakukan dengan menentukan harga jual produk setelah produk telah selesai diproduksi. Metode *full costing* dalam penentuan harga pokok produksi dilakukan dengan menjumlah seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi tahu dengan laba yang diharapkan dan ditentukan harga jual produk yang kompetitif. Komponen biaya yang digunakan antara lain biaya produksi dan biaya non produksi.

5.2.1 Total Produksi dan Volume Penjualan

UD. 3'S PRIMA melakukan kegiatan produksi selama enam hari dalam seminggu. Setiap harinya, perusahaan membutuhkan rata-rata 1.000 kg kedelai untuk memproduksi tahu. Rata-rata dari 1.000 kg kedelai, perusahaan mampu memproduksi tahu hingga 70 kali masak. Sekali proses masak, perusahaan mampu memproduksi tahu sebanyak 96 biji dengan ukuran 11×11 cm. Sehingga dalam sehari, perusahaan mampu menghasilkan produk tahu sebanyak 6.720 biji tahu ukuran 11×11 cm. Dari hasil 6.720 biji tahu yang dihasilkan, 5% produk tahu mengalami cacat saat proses produksi. Oleh karena itu rata-rata perusahaan hanya

mampu menghasilkan produk tahu sebanyak 6.384 biji tahu per harinya. Data total produksi tahu tahun 2017 sebagai berikut:

Tabel 4. Total Produksi Tahu Tahun 2017

No	Bulan	Jumlah (Unit)
1	Januari	159.600
2	Februari	153.216
3	Maret	165.984
4	April	159.600
5	Mei	146.832
6	Juni	186.048
7	Juli	165.984
8	Agustus	165.984
9	September	153.216
10	Oktober	165.984
11	November	165.984
12	Desember	193.800
Total Produksi		1.982.232

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Total produksi tahu pada tahun 2017 sebesar 1.982.232 biji tahu ukuran 11×11 cm. Perusahaan setiap harinya memproduksi tahu dengan jumlah produk yang relatif sama karena perusahaan sudah memiliki beberapa *supplier* tetap. Namun demikian, produksi tahu pada beberapa bulan tertentu mengalami peningkatan seperti pada Bulan Juni dan Desember karena peningkatan permintaan pasar mengikuti hari raya pada bulan-bulan tersebut.

Volume penjualan produk di UD. 3'S PRIMA pada tahun 2017 belum memiliki kesamaan dengan total produksi yang dihasilkan. Hal tersebut karena terdapat beberapa tahu yang tidak laku dan tidak bisa terima oleh pasar atau pelanggan. Data volume penjualan tahu tahun 2017 sebagai berikut:

Tabel 5. Volume Penjualan Tahu Tahun 2017

No	Bulan	Jumlah (Unit)
1	Januari	159.585
2	Februari	153.206
3	Maret	165.980
4	April	159.580
5	Mei	146.830
6	Juni	186.041
7	Juli	165.981
8	Agustus	165.982

9	September	153.205
10	Oktober	165.970
11	November	165.980
12	Desember	193.793
Total Volume Penjualan		1.982.133

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Total volume penjualan tahu pada tahun 2017 sebesar 1.982.133 biji tahu ukuran 11×11 cm. Volume penjualan tahu pada bulan Juni dan Desember meningkat mengikuti permintaan pasar. Dalam penjualannya, perusahaan menetapkan harga jual tahu ukuran 11×11 cm sebesar Rp 1.750 per biji. Harga jual yang ditetapkan perusahaan tersebut berdasarkan akumulasi komponen biaya dan laba oleh perusahaan. Penetapan harga jual tersebut belum efisien mengingat harga produk yang ditentukan pasar namun biaya produksi yang dikeluarkan tidak tetap terutama untuk biaya bahan baku yang mengikuti harga dari pemasok.

5.2.2 Biaya Bahan Baku Langsung

Bahan baku utama yang digunakan dalam produksi tahu adalah kedelai. Setiap harinya, perusahaan membutuhkan 1.000 kg kedelai untuk proses produksi. Kedelai yang diperoleh berasal dari pemasok di Surabaya, sehingga harga kedelai ditetapkan sesuai dari pemasok. Setiap 1.000 kg, rata-rata harga kedelai mencapai Rp 7.200.000. Data biaya bahan baku langsung tahun 2017 sebagai berikut:

Tabel 6. Biaya Bahan Baku Langsung Tahun 2017

No	Bulan	Jumlah (Rp)
1	Januari	180.000.000
2	Februari	172.800.000
3	Maret	187.200.000
4	April	180.000.000
5	Mei	165.600.000
6	Juni	177.600.000
7	Juli	187.200.000
8	Agustus	187.200.000
9	September	172.800.000
10	Oktober	187.200.000
11	November	187.200.000
12	Desember	185.000.000
Total Biaya Bahan Baku Langsung		2.169.800.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Total biaya bahan baku langsung yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp 2.169.800.000. Biaya bahan baku pada bulan Juni dan Desember mengalami peningkatan akibat kebutuhan bahan baku yang bertambah. Hal tersebut karena pada bulan tertentu permintaan tahu meningkat mengikuti hari raya. Hasil total produksi yang diperoleh perusahaan sebesar 1.982.232 biji tahu ukuran 11×11 cm. Berdasarkan total produksi yang diperoleh pada tahun 2017, maka biaya bahan baku per unit untuk produksi tahu sebagai berikut:

$$\text{Biaya Bahan Baku Langsung (unit)} = \frac{\text{Rp } 2.169.800.000}{1.982.232} = \text{Rp } 1.095$$

5.2.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung di UD. 3'S PRIMA merupakan tenaga kerja yang secara langsung menangani proses produksi tahu. Tenaga kerja langsung berada pada unit pengolahan yang bertugas dalam proses masak tahu. Jumlah tenaga kerja langsung yang di perusahaan sebanyak enam orang pekerja. Setiap hari perusahaan melakukan proses masak tahu sebanyak 70 kali dengan upah Rp 6.500 untuk sekali proses masak. Data biaya tenaga kerja langsung tahun 2017 sebagai berikut:

Tabel 7. Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2017

No	Bulan	Jumlah (Rp)
1	Januari	11.375.000
2	Februari	10.920.000
3	Maret	11.830.000
4	April	11.375.000
5	Mei	10.465.000
6	Juni	13.260.000
7	Juli	11.830.000
8	Agustus	11.830.000
9	September	10.920.000
10	Oktober	11.830.000
11	November	11.830.000
12	Desember	13.812.500
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung		141.277.500

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Total biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan pada tahun 2017 sebesar Rp 141.277.500. Tenaga kerja langsung di perusahaan bersifat tenaga kerja borongan, sehingga upah tenaga kerja didasarkan atas volume masak tahu yang

dihasilkan setiap harinya. Hasil total produksi yang diperoleh perusahaan sebesar 1.982.232 biji tahu ukuran 11×11 cm. Berdasarkan total produksi yang diperoleh pada tahun 2017, maka biaya tenaga kerja langsung per unit untuk produksi tahu sebagai berikut:

$$\text{Biaya Tenaga Kerja Langsung (unit)} = \frac{\text{Rp } 141.277.500}{1.982.232} = \text{Rp } 71$$

5.2.4 Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan biaya yang secara tidak langsung mendukung proses produksi tahu di UD.3'S PRIMA. Biaya overhead pabrik yang dikeluarkan termasuk ke dalam jenis biaya tetap, biaya variabel dan semi variabel. Biaya variabel termasuk dalam biaya yang berbanding lurus dengan volume kegiatan produksi, meliputi biaya bahan pelonong (garam dan kayu bakar), biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya kemasan. Sedangkan biaya semi variabel termasuk dalam biaya yang mengikuti peningkatan atau penurunan volume kegiatan produksi namun tidak proporsional, meliputi biaya listrik, biaya air, dan biaya telepon. Sedangkan biaya tetap termasuk dalam biaya yang perubahannya relatif tetap terhadap perubahan volume kegiatan produksi, meliputi biaya penyusutan mesin. Data biaya overhead pabrik tahun 2017 sebagai berikut:

Tabel 8. Biaya Overhead Pabrik Tahun 2017

No	Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
1	Bahan Penolong:	
	1. Garam	21.000.000
	2. Kayu Bakar	240.000.000
2	Tenaga Kerja Tidak Langsung	
	1. Tenaga Kerja Harian	90.000.000
	2. Tenaga Kerja Inspeksi	45.000.000
3	Kantong Plastik	22.500.000
4	Listrik	19.500.000
5	Air	30.000.000
6	Telepon	15.000.000
7	Penyusutan Mesin	2.000.000
Total Biaya Overhead Pabrik		485.000.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Total biaya overhead pabrik yang dikeluarkan pada tahun 2017 sebesar Rp 485.000.000. Hasil total produksi yang diperoleh perusahaan sebesar 1.982.232

biji tahu ukuran 11×11 cm. Berdasarkan total produksi yang diperoleh pada tahun 2017, maka biaya overhead pabrik per unit untuk produksi tahu sebagai berikut:

$$\text{Biaya Overhead Pabrik (unit)} = \frac{\text{Rp } 485.000.000}{1.982.232} = \text{Rp } 245$$

5.2.5 Biaya Non Produksi

Biaya non produksi merupakan biaya yang tidak berhubungan langsung dalam kegiatan proses produksi. Biaya non produksi meliputi biaya administrasi dan biaya pemasaran. Biaya administrasi meliputi biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan kesekretariatan seperti alat tulis, nota, dan lain-lain. Biaya pemasaran meliputi biaya transportasi, biaya bahan bakar, dan biaya tenaga kerja pemasaran. Data biaya non produksi tahun 2017 sebagai berikut:

Tabel 9. Biaya Non Produksi Tahun 2017

No	Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
1	Biaya Administrasi	1.000.000
2	Biaya Pemasaran:	2.060.000
	1. Penyusutan Mobil	1.500.000
	2. Pajak Mobil	30.000.000
	3. Bahan Bakar	67.500.000
	4. Tenaga Kerja	
Total Biaya Non Produksi		102.060.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Total biaya non produksi yang dikeluarkan pada tahun 2017 sebesar Rp 102.060.000. Hasil total produksi yang diperoleh perusahaan sebesar 1.982.232 biji tahu ukuran 11×11 cm. Berdasarkan total produksi yang diperoleh pada tahun 2017, maka biaya non produksi per unit untuk produk tahu sebagai berikut:

$$\text{Biaya Non Produksi (unit)} = \frac{\text{Rp } 102.060.000}{1.982.232} = \text{Rp } 51$$

5.2.6 Perhitungan Total Biaya

Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk produksi tahu selama tahun 2017 meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan biaya non produksi. Komponen biaya-biaya tersebut kemudian dibagi dengan total produksi untuk mengetahui total biaya yang dikeluarkan perusahaan per unit tahu yang dihasilkan. Data total biaya untuk produk tahu tahun 2017 per satuan sebagai berikut:

Tabel 10. Total Biaya Tahun 2017

No	Jenis Biaya	Biaya Keseluruhan (Rp)	Biaya Per Satuan (Rp)
1	Biaya Produksi:		
	1. Biaya Bahan Baku Langsung	2.169.800.000	1.095
	2. Biaya Tenaga Kerja Langsung	141.277.500	71
	3. Biaya Overhead Pabrik	485.000.000	245
2	Total Biaya Produksi	2.796.077.500	1.411
3	Biaya Non Produksi	102.060.000	51
Total Biaya		2.898.137.500	1.462

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Total biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk produksi tahu pada tahun 2017 sebesar Rp 2.898.137.500 atau Rp 1.462 per unit tahu yang dihasilkan. Biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp 2.796.077.500 dan biaya non produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 102.060.000. Perusahaan menetapkan harga jual produk tahu per satuan sebesar Rp 1.750.

5.2.7 Laporan Laba – Rugi

Perhitungan laba rugi digunakan untuk mengetahui besaran keuntungan yang didapatkan oleh UD. 3'S PRIMA pada penjualan produk tahu yang dihasilkan. Laporan laba rugi tahun 2017 berdasarkan analisis biaya dengan metode *full costing* sebagai berikut:

Tabel 11. Laporan Laba – Rugi Tahun 2017

No	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Hasil Penjualan	3.468.732.750
2	Harga Pokok Produksi (HPP)	2.796.077.500
3	Laba Kotor	672.655.250
4	Biaya Non Produksi	102.060.000
5	Laba Bersih	570.595.250

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Volume penjualan tahu pada tahun 2017 diketahui sebesar 1.982.133 biji tahu ukuran 11×11 cm. Perusahaan menetapkan harga jual produk tahu per satuan sebesar Rp 1.750, sehingga didapatkan hasil penjualan tahu pada tahun 2017 sebesar Rp 3.468.732.750 dari 1.982.133 biji tahu yang terjual. Untuk mendapatkan laba bersih dari hasil penjualan tahu perlu diketahui terlebih dahulu

laba kotor dari hasil penjualan tahu. Laba kotor diperoleh dari selisih hasil penjualan dengan harga pokok produksi. Diketahui harga pokok produksi merupakan biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan yaitu sebesar Rp 2.796.077.500, sehingga diketahui laba kotor yang didapatkan sebesar Rp 672.655.250. Dari hasil perolehan laba kotor, dapat diketahui laba bersih dari hasil penjualan tahu dengan menghitung selisih laba kotor dengan biaya non produksi dan didapatkan laba bersih sebesar Rp 572.595.250.

Berdasarkan hasil tersebut, kemudian dapat diketahui margin laba per satuan dari hasil penjualan produk tahu. Margin laba dihitung dalam bentuk persentase dari harga produk per satuan dan total biaya yang dikeluarkan untuk produk tahu per satuan. Margin laba yang diperoleh dari penjualan produk tahu per satuan sebagai berikut:

$$\text{Margin Laba: } \frac{(1.750 - 1.462)}{1.750} \times 100\% = 16\%$$

5.3 Analisis Metode *Target Costing*

UD. 3'S PRIMA melakukan perhitungan biaya dan laba dengan menggunakan metode *full costing*. Perhitungan biaya dan laba di UD. 3'S PRIMA dinilai masih belum efisien dilihat dari target laba tahun 2017 yang masih belum tercapai. Hal tersebut karena dengan menggunakan metode tersebut perusahaan menetapkan harga jual setelah produk dihasilkan dan harga jual yang ditetapkan masih harus menyesuaikan harga pesaing (harga jual kompetitif).

Penerapan metode *target costing* dalam efisiensi biaya perlu dilakukan UD. 3'S PRIMA untuk mencapai target laba yang diharapkan. Melalui penerapan metode tersebut, UD. 3'S PRIMA dapat mengetahui seberapa besar biaya efisiensi untuk produksi tahu dan mencapai target laba tanpa harus menaikkan harga jual produk. Penerapan metode *target costing* di UD. 3'S PRIMA perlu dilakukan mengingat produk yang dihasilkan menyesuaikan harga pasar sehingga perusahaan bertindak sebagai *price taker*.

5.3.1 Metode *Target Costing*

Melalui hasil analisis perhitungan biaya dan laba yang diterapkan oleh perusahaan dengan metode *full costing*, UD. 3'S PRIMA menetapkan harga jual

produk tahu sebesar Rp 1.750 per unit dengan biaya sebesar Rp 1.462 per unit. Perusahaan memperoleh laba sebesar 16% dari hasil penjualan produk pada tahun 2017. Namun demikian, laba yang diperoleh perusahaan belum mencapai target laba yang diharapkan.

UD. 3'S PRIMA menginginkan laba sebesar 19% atau seharga Rp 332,5 untuk penjualan produk dengan harga jual sebesar Rp 1.750 per unit. Untuk memperoleh laba sebesar 19%, biaya efisien yang harus dikeluarkan perusahaan untuk produksi tahu dapat ditentukan dengan menetapkan target biaya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya (unit)} &= \text{Harga Jual} - \text{Target Laba} \\ &= \text{Rp } 1.750 - (19\% \times \text{Rp } 1.750) \\ &= \text{Rp } 1.750 - \text{Rp } 332,5 \\ &= \text{Rp } 1.418 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui biaya yang seharusnya dikeluarkan perusahaan untuk produksi tahu sebesar Rp 1.418 dengan laba yang didapat sebesar 19%. Sehingga total biaya produksi setelah penerapan metode *target costing* sebagai berikut:

Tabel 12. Penerapan Metode *Target Costing*

No	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Hasil Penjualan	3.468.732.750
2	Target Laba (19%)	659.059.223
Total Biaya dengan Metode <i>Target Costing</i>		2.809.673.528

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Perhitungan biaya keseluruhan dengan metode *target costing* diperoleh jumlah biaya yang efisien untuk mendapatkan laba sebesar 19% atau sama dengan Rp 659.059.223 yaitu sebesar Rp 2.809.673.528. Peroleh biaya tersebut dapat dijadikan acuan biaya agar UD. 3'S PRIMA dapat melakukan efisiensi biaya dalam produksi tahu.

5.3.2 Perbandingan Hasil Analisis

UD. 3'S PRIMA melakukan analisis biaya dan laba dengan metode *full costing* dalam penetapan harga jual produknya. Dari hasil analisis tersebut, perusahaan belum mencapai target laba yang diharapkan sehingga penerapan metode *target costing* dinilai perlu dilakukan oleh perusahaan. Hasil perbandingan perhitungan

biaya dan laba menggunakan metode *full costing* dengan metode *target costing* sebagai berikut:

Tabel 13. Perbandingan Biaya Metode *Full Costing* dengan Metode *Target Costing*

No	Alat Analisis	Hasil Analisis	
		Biaya per unit (Rp)	Biaya keseluruhan (Rp)
1	Perhitungan dengan metode <i>full costing</i>	1.462	2.898.137.500
2	Perhitungan dengan metode <i>target costing</i>	1.418	2.809.673.528
Selisih		45	88.463.973

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Perhitungan biaya keseluruhan yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi tahu dengan metode *full costing* sebesar Rp 2.898.137.500 dengan biaya per unit sebesar Rp 1.462. Sedangkan, dengan metode *target costing* biaya keseluruhan sebesar Rp 2.809.673.528 dan biaya per unit sebesar Rp 1.418. Selisih biaya keseluruhan sebesar Rp 88.463.973 dan selisih biaya per unit sebesar Rp 45. Dengan menggunakan metode *target costing*, perusahaan mengetahui biaya efisien yang digunakan dalam produksi tahu.

5.4 Analisis Rekayasa Nilai

Setelah melakukan perbandingan perhitungan biaya dan laba dengan metode *full costing* dengan *target costing*, diketahui biaya yang selama ini dikeluarkan UD. 3'S PRIMA belum efisien untuk mencapai target laba yang diharapkan. Berdasarkan analisis perhitungan biaya dan laba dengan metode *target costing* dihasilkan biaya untuk mencapai target laba sebesar 19% yaitu sebesar Rp 1.418. Sedangkan biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan metode *full costing* yaitu sebesar Rp 1.462. Selisih biaya antara metode *full costing* dengan *target costing* sebesar Rp 45 untuk per unit produk tahu yang dihasilkan. Selisih tersebut dapat digunakan sebagai acuan rekayasa nilai dalam evaluasi komponen biaya yang dikeluarkan untuk produksi tahu. Komponen biaya tersebut meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan biaya non produksi.

Evaluasi pertama dilakukan pada komponen biaya bahan baku langsung. Bahan baku langsung yang digunakan untuk produksi tahu di UD. 3'S PRIMA yaitu kedelai. Kedelai yang diperoleh berasal dari pemasok di Surabaya. Harga kedelai ditetapkan langsung dari pemasok. Harga kedelai pada tahun 2017 mencapai Rp 7.200.000/1000 kg kedelai, namun berdasarkan pernyataan pemilik perusahaan harga kedelai dari pemasok tidak tetap setiap bulannya. Harga yang tidak menetap dan sulit diprediksi tersebut menyebabkan biaya bahan baku langsung tidak dapat dilakukan rekayasa nilai.

Evaluasi selanjutnya dilakukan pada komponen biaya tenaga kerja langsung. Tenaga kerja langsung di UD. 3'S PRIMA yaitu tenaga kerja pada unit pengolahan untuk masak tahu dengan sistem borongan. Setiap sekali masak, upah tenaga kerja sebesar Rp 6.500 dengan jumlah tenaga kerja sebanyak enam orang. Biaya tenaga kerja langsung dapat dipertimbangkan untuk dilakukan rekayasa nilai yaitu dengan menerapkan sistem perhitungan tenaga kerja dengan upah hari orang kerja (HOK).

Evaluasi selanjutnya dilakukan pada komponen biaya overhead pabrik. Biaya overhead pabrik terdiri dari biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya kemasan, biaya listrik, biaya air, biaya telepon, dan biaya penyusutan mesin. Biaya bahan penolong terdiri dari biaya penggunaan garam dan kayu bakar. Biaya bahan penolong tidak dapat dilakukan rekayasa nilai karena perusahaan sudah menetapkan ukuran dan jumlah dari setiap bahan penolong dalam setiap proses produksi. Tenaga kerja tidak langsung meliputi empat orang tenaga kerja harian dan tiga orang tenaga kerja inspeksi. Biaya tenaga kerja tidak langsung dapat dilakukan rekayasa nilai dengan memindahkan tenaga kerja yang fungsinya dapat dilakukan oleh tenaga kerja lain dan mengurangi tenaga kerja bagian inspeksi, selain itu rekayasa nilai pada biaya tenaga kerja tidak langsung dapat dilakukan dengan menerapkan perhitungan tenaga kerja dengan upah hari orang kerja (HOK). Biaya kemasan dapat dipertimbangkan untuk dilakukan rekayasa nilai dengan mengganti jenis dari kemasan yang digunakan dengan jenis kemasan yang memiliki fungsionalitas sejenis. Biaya listrik, biaya air, dan biaya telepon tidak dapat dilakukan rekayasa nilai karena dalam proses produksi tahu penggunaan biaya-biaya tersebut tidak dapat dibatasi dan diprediksi kebutuhan

setiap harinya. Biaya penyusutan mesin tidak dapat dilakukan rekayasa nilai karena sudah ditetapkan oleh perusahaan dan tidak dapat dibatasi.

Evaluasi selanjutnya dilakukan pada komponen biaya non produksi. Biaya non produksi meliputi biaya administrasi dan biaya pemasaran. Biaya administrasi tidak dapat dilakukan rekayasa nilai karena sudah ditetapkan oleh perusahaan dan sulit untuk diprediksi. Biaya pemasaran meliputi biaya penyusutan mobil, biaya bahan bakar, dan tenaga kerja pemasaran. Biaya penyusutan mobil tidak dapat dilakukan rekayasa nilai karena sudah ditetapkan oleh perusahaan dan tidak dapat dibatasi. Biaya bahan bakar tidak dapat dilakukan rekayasa nilai karena tidak dapat diprediksi kebutuhan yang digunakan dalam pemasaran produk dan tidak dapat mengganti jenis bahan bakar yang digunakan. Tenaga kerja pemasaran meliputi dua orang tenaga kerja pengiriman dan satu orang tenaga kerja di pasar. Biaya tenaga kerja pemasaran dapat dipertimbangkan untuk dilakukan rekayasa nilai yaitu dengan mengganti tenaga kerja pemasaran yang berada di pasar dan melakukan perhitungan biaya tenaga kerja dengan sistem upah HOK.

5.4.1 Biaya Sebelum Rekayasa Nilai

Sebelum dilakukan rekayasa nilai, perlu dilakukan perincian komponen-komponen biaya yang dikeluarkan UD. 3'S PRIMA untuk produksi tahu. Biaya tersebut meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan biaya non produksi. Data biaya sebelum rekayasa nilai sebagai berikut:

Tabel 14. Biaya Sebelum Rekayasa Nilai

Jenis Biaya	Biaya Keseluruhan (Rp)	Biaya Per Satuan (Rp)
Biaya Bahan Baku Langsung	2.169.800.000	1.095
Biaya Tenaga Kerja Langsung	141.277.500	71
Biaya Overhead Pabrik		
1. Garam	21.000.000	10,59
2. Kayu Bakar	240.000.000	121,08
3. Tenaga Kerja Harian	90.000.000	45,40
4. Tenaga Kerja Inspeksi	45.000.000	22,70
5. Kemasan	22.500.000	11,35
6. Listrik	19.500.000	9,84
7. Air	30.000.000	15,13
8. Telpon	15.000.000	7,57
9. Penyusutan Mesin	2.000.000	1,01

Total Biaya Produksi	2.796.077.500	1.411
Biaya Non Produksi		
1. Administrasi	1.000.000	0,50
2. Penyusutan Mobil	2.060.000	1,04
3. Pajak Mobil	1.500.000	0,76
4. Bahan Bakar	30.000.000	15,14
5. Tenaga Kerja Pemasaran	67.500.000	34,05
Total Biaya	2.898.137.500	1.462

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas diketahui total biaya yang dikeluarkan perusahaan sebelum dilakukan rekayasa nilai sebesar Rp 2.898.137.500 atau Rp 1.462 per unit. Perhitungan komponen-komponen biaya tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2017 dan telah dibahas pada sub bab sebelumnya. Hasil dari komponen-komponen biaya tersebut nantinya dapat dijadikan perbandingan dengan biaya setelah dilakukan rekayasa nilai.

5.4.2 Komponen Biaya yang Dilakukan Rekayasa Nilai

Rekayasa nilai pada biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dilakukan pada komponen biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya tenaga kerja pemasaran, dan biaya kemasan. Rekasayasa nilai dilakukan bertujuan untuk menekan biaya sehingga diperoleh biaya efisien. Analisis rekayasa nilai pada komponen biaya tersebut seperti berikut:

1. Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja di UD. 3'S PRIMA meliputi tenaga kerja langsung, tenaga kerja tidak langsung, dan tenaga kerja bagian pemasaran. Tenaga kerja tidak langsung yang digunakan antara lain tenaga kerja harian dan tenaga kerja inspeksi. Komponen biaya pada tenaga kerja tersebut dinilai kurang efisien sehingga perlu dilakukan rekayasa nilai.

Tenaga kerja langsung di UD. 3'S PRIMA terdiri dari enam tenaga kerja bagian masak tahu. Setiap harinya, perusahaan melakukan kegiatan masak tahu sebanyak 70 kali dan dilakukan secara terus menerus selama tujuh jam kerja. Tenaga kerja bagian masak tahu diupah sebesar Rp 6.500/ satu kali masak per hari, sehingga perusahaan mengeluarkan biaya sebesar Rp 455.000/ hari untuk tenaga kerja bagian masak tahu atau sebesar Rp 75.833/ orang. Rekayasa nilai yang dilakukan pada komponen biaya ini yaitu melakukan perhitungan biaya

tenaga kerja dengan upah hari orang kerja (HOK). Hal ini disarankan peneliti agar perusahaan dapat mengetahui biaya tenaga kerja yang dikeluarkan untuk besarnya tenaga kerja efektif yang digunakan dalam satu hari kerja. Sehingga perusahaan dapat menentukan biaya efisien untuk penggunaan tenaga kerja.

Tenaga kerja harian di UD. 3'S PRIMA terdiri dari empat orang tenaga kerja meliputi dua orang tenaga kerja pencetak tahu dan dua orang tenaga kerja lain-lain. Tenaga kerja harian diupah sebesar Rp 75.000 per orang dalam sehari. Rekayasa nilai yang dilakukan pada komponen biaya ini yaitu melakukan perhitungan biaya dengan upah HOK dan memindahkan tenaga kerja bagian lain-lain ke bagian lebih membutuhkan. Hal ini disarankan oleh peneliti untuk menekan biaya tenaga kerja harian dengan pertimbangan jumlah tenaga kerja harian bagian lain-lain terlalu banyak dengan tugas yang tidak tetap sehingga pemindahan tenaga kerja ke bagian yang lebih membutuhkan menjadi alternatif yang disarankan peneliti.

Tenaga kerja bagian inspeksi di UD. 3'S PRIMA meliputi inspeksi sebelum proses produksi, inspeksi pengolahan, dan inspeksi kemasan. Biaya tenaga kerja dalam sekali inspeksi sebesar Rp 50.000 per kegiatan. Rekayasa nilai pada komponen biaya ini yaitu melakukan perhitungan biaya dengan upah HOK dan mengurangi kegiatan inspeksi menjadi satu kegiatan inspeksi saja. Hal tersebut dipertimbangkan peneliti karena berdasarkan observasi, kegiatan inspeksi hanya dilakukan oleh mandor dan tidak benar-benar dijalankan oleh perusahaan.

Tenaga kerja pemasaran di UD. 3'S PRIMA meliputi dua tenaga kerja bagian pengiriman dan satu tenaga kerja di pasar. Tenaga kerja pemasaran diupah sebesar Rp 75.000 per orang dalam sehari. Rekayasa nilai pada komponen tenaga kerja pemasaran dianggap perlu dilakukan untuk memperoleh biaya efisien, yaitu dengan melakukan perhitungan biaya dengan upah HOK dan menggantikan tenaga kerja yang berada di pasar. Hal tersebut dipertimbangkan peneliti karena berdasarkan wawancara dengan pemilik perusahaan, tenaga kerja di pasar tidak terlalu dibutuhkan mengingat dalam setiap kegiatan pemasaran pemilik sendiri ikuti ambil bagian. Oleh karena itu, sebagian besar kegiatan pemasaran dikendalikan oleh pemilik. Perhitungan biaya tenaga kerja setelah dilakukan rekayasa nilai sebagai berikut:

Tabel 15. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Setelah Rekayasa Nilai

Jenis Tenaga Kerja	Jumlah Hari Kerja	Jam Kerja/ Hari	Jumlah Tenaga Kerja	Upah/ Orang/ Hari	Total Biaya
Masak Tahu	300	7	6	75.833	119.437.500
Harian	300	4	2	75.000	22.500.000
Inspeksi	300	2	1	50.000	3.750.000
Pemasaran	300	5	2	75.000	28.125.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

2. Biaya Kemasan

Kemasan yang digunakan perusahaan untuk produksi tahu yaitu kantong plastik bening. Kantong plastik yang digunakan merupakan kantong plastik jenis *polyethylene* (PE). Kemasan ini cocok digunakan pada produk tahu karena plastik jenis ini digunakan sebagai wadah atau kemasan primer yang berhubungan langsung dengan produk. Perusahaan mengeluarkan biaya untuk kemasan sebesar Rp 75.000/hari dengan kebutuhan 10 ikat.

Rekayasa nilai pada komponen biaya ini yaitu dengan mengganti jenis kemasan yang digunakan. Hal tersebut dipertimbangkan peneliti karena terdapat jenis plastik lain yang memiliki kualitas hampir sama dan mudah ditemukan di pasar. Jenis plastik yang disarankan yaitu kantong plastik *polypropylene* (PP). Kantong plastik jenis ini disarankan sebagai wadah tahu, terutama tahu mentah karena aman dan dapat berhubungan langsung dengan makanan. Sama halnya dengan plastik PE, kantong plastik jenis PP tahan terhadap uap air namun memiliki permeabilitas terhadap oksigen lebih baik. Berdasarkan observasi peneliti, kantong plastik PP dapat ditemukan di pasar seharga Rp 50.000 dengan kebutuhan 10 ikat. Sehingga biaya kemasan setelah rekayasa nilai menjadi Rp 15.000.000 dalam setahun.

5.4.3 Biaya Setelah Rekayasa Nilai

Setelah melakukan analisis rekayasa nilai, terdapat perubahan pada komponen biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan biaya non produksi. Hal tersebut karena telah dilakukan rekayasa nilai pada biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya kemasan, dan biaya tenaga kerja bagian pemasaran. Berdasarkan hasil analisis rekayasa nilai, maka data biaya setelah rekayasa nilai sebagai berikut:

Tabel 16. Biaya Setelah Rekayasa Nilai

Jenis Biaya	Biaya Keseluruhan (Rp)	Biaya Per Satuan (Rp)
Biaya Bahan Baku Langsung	2.169.800.000	1,095
Biaya Tenaga Kerja Langsung	119.437.500	60,25
Biaya Overhead Pabrik		
1. Garam	21.000.000	10,59
2. Kayu Bakar	240.000.000	121,08
3. Tenaga Kerja Harian	22.500.000	11,35
4. Tenaga Kerja Inspeksi	3.750.000	1,89
5. Kemasan	15.000.000	7,57
6. Listrik	19.500.000	9,84
7. Air	30.000.000	15,13
8. Telpon	15.000.000	7,57
9. Penyusutan Mesin	2.000.000	1,01
Total Biaya Produksi	2.657.987.500	1.341
Biaya Non Produksi		
1. Administrasi	1.000.000	0,50
2. Penyusutan Mobil	2.060.000	1,04
3. Pajak Mobil	1.500.000	0,76
4. Bahan Bakar	30.000.000	15,14
5. Tenaga Kerja Pemasaran	28.125.000	14,19
Total Biaya	2.720.672.500	1.373

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Rekayasa nilai dilakukan pada komponen biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung yang meliputi tenaga kerja harian dan tenaga kerja inspeksi, biaya kemasan, dan biaya tenaga kerja pemasaran. Rekayasa nilai pada komponen biaya tenaga kerja langsung yaitu melakukan perhitungan upah tenaga kerja dengan upah hari orang kerja (HOK). Hasil rekayasa nilai diperoleh biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 119.437.500.

Rekayasa nilai pada komponen biaya tenaga kerja tidak langsung dilakukan pada tenaga kerja harian dan inspeksi. Rekayasa nilai pada komponen biaya ini yaitu melakukan pengurangan tenaga kerja harian dan inspeksi kemudian melakukan perhitungan upah tenaga kerja dengan upah HOK. Hasil rekayasa nilai diperoleh biaya tenaga kerja harian sebesar Rp 22.500.000 dan biaya tenaga kerja inspeksi sebesar Rp 3.750.000.

Rekayasa nilai pada komponen biaya kemasan dilakukan dengan mengganti jenis kantong plastik yang digunakan sebagai kemasan produk tahu dengan kantong plastik yang memiliki fungsionalitas relatif stabil. Perusahaan

menggunakan jenis plastik PE untuk kemasan produknya, alternatif yang diberikan yaitu mengganti jenis plastik PP yang memiliki fungsionalitas sama. Hasil rekayasa nilai diperoleh biaya kemasan sebesar Rp 15.000.000.

Rekayasa nilai pada komponen biaya tenaga kerja bagian pemasaran dilakukan dengan pengurangan tenaga kerja bagian tenaga kerja di pasar dan alternatif melakukan perhitungan upah tenaga kerja dengan upah HOK. Sehingga hasil rekayasa nilai diperoleh biaya tenaga kerja pemasaran sebesar Rp 28.125.000.

Setelah dilakukan rekayasa nilai, diketahui total biaya secara keseluruhan sebesar Rp 2.720.672.500 atau sebesar Rp 1.373 per satuan tahu. Biaya produk keseluruhan mengalami penurunan sebesar Rp 177.465.000 atau penurunan sebesar Rp 90 per satuan, dari sebelumnya Rp 1.462 menjadi Rp 1.373. Biaya produk tahu per satuan yang semakin rendah dapat membuat perusahaan memperoleh laba yang semakin besar.

5.4.4 Perbandingan Biaya Setelah Rekayasa Nilai

Setelah dilakukan rekayasa nilai, maka perlu dirincikan perbandingan biaya sebelum dan setelah dilakukan rekayasa nilai. Perbandingan biaya dapat dijadikan acuan oleh perusahaan setelah dilakukan penekanan biaya. Data perbandingan biaya sebelum dan setelah rekayasa nilai sebagai berikut:

Tabel 17. Perbandingan Biaya Per Unit Sebelum dan Setelah Rekayasa Nilai

Jenis Biaya			Biaya Menurut Perusahaan	Biaya Setelah Rekayasa Nilai
Biaya Bahan Baku			1.095	1.095
Langsung				
Biaya Tenaga Kerja			71	60,25
Langsung				
Biaya Overhead Pabrik				
1. Garam			10,59	10,59
2. Kayu Bakar			121,08	121,08
3. Tenaga Kerja Harian			45,40	11,35
4. Tenaga Kerja Inspeksi			22,70	1,89
5. Kemasan			11,35	7,57
6. Listrik			9,84	9,84
7. Air			15,13	15,13
8. Telpon			7,57	7,57
9. Penyusutan Mesin			1,01	1,01
Total Biaya Produksi			1411	1341

Biaya Non Produksi		
1. Administrasi	0,50	0,50
2. Penyusutan Mobil	1,04	1,04
3. Pajak Mobil	0,76	0,76
4. Bahan Bakar	15,14	15,14
5. Tenaga Kerja Pemasaran	34,05	14,19
Total Biaya	1462	1373

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan hasil perbandingan biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan biaya setelah dilakukan rekayasa nilai diketahui selisih biaya setelah rekayasa nilai sebesar Rp 90 per unit tahu. Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk produksi tahu yaitu sebesar Rp 1.462 per unit. Setelah dilakukan rekayasa nilai, biaya untuk produksi tahu menjadi Rp 1.373 per unit. Penekanan biaya dilakukan pada komponen biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung yang meliputi tenaga kerja harian dan tenaga kerja bagian inspeksi, biaya kemasan, dan biaya tenaga kerja pemasaran.

Hasil perhitungan biaya dan laba yang dilakukan oleh perusahaan, perusahaan memperoleh laba sebesar 16% dari penjualan tahu pada tahun 2017. Hasil tersebut belum mencapai laba yang diharapkan oleh perusahaan, yaitu sebesar 19% atau seharga Rp 332,5 per unit tahu dengan harga jual Rp 1.750 dan biaya yang dikeluarkan Rp 1.462 per unit tahu. Hasil rekayasa nilai menunjukkan, laba yang diperoleh perusahaan meningkat yaitu sebesar 22% bahkan lebih besar 3% dibandingkan laba yang diharapkan perusahaan. Data perbandingan biaya keseluruhan sebelum dan setelah rekayasa nilai sebagai berikut:

Tabel 18. Perbandingan Biaya Keseluruhan Sebelum dan Setelah Rekayasa Nilai

Jenis Biaya			Biaya Menurut Perusahaan	Biaya Setelah Rekayasa Nilai
Biaya	Bahan	Baku	2.169.800.000	2.169.800.000
Langsung				
Biaya	Tenaga	Kerja	141.277.500	119.437.500
Langsung				
Biaya Overhead Pabrik				
1.	Garam		21.000.000	21.000.000
2.	Kayu Bakar		240.000.000	240.000.000
3.	Tenaga Kerja Harian		90.000.000	22.500.000
4.	Tenaga Kerja Inspeksi		45.000.000	3.750.000
5.	Kemasan		22.500.000	15.000.000

6. Listrik	19.500.000	19.500.000
7. Air	30.000.000	30.000.000
8. Telpon	15.000.000	15.000.000
9. Penyusutan Mesin	2.000.000	2.000.000
Total Biaya Produksi	2.796.077.500	2.657.987.500
Biaya Non Produksi		
1. Administrasi	1.000.000	1.000.000
2. Penyusutan Mobil	2.060.000	2.060.000
3. Pajak Mobil	1.500.000	1.500.000
4. Bahan Bakar	30.000.000	30.000.000
5. Tenaga Kerja	67.500.000	28.125.000
Pemasaran		
Total Biaya	2.898.137.500	2.720.672.500

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel perbandingan biaya keseluruhan diketahui selisih biaya menurut perusahaan dan setelah rekayasa nilai sebesar Rp 177.465.000. Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk produksi tahu pada tahun 2017 yaitu sebesar Rp 2.898.137.500. Rekayasa nilai dilakukan pada komponen biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya kemasan, dan biaya tenaga kerja pemasaran. Rekayasa nilai pada komponen biaya tenaga kerja langsung dilakukan dengan menggunakan sistem perhitungan biaya dengan upah HOK. Rekayasa nilai pada komponen biaya tenaga kerja tidak langsung dilakukan dengan pemindahan tenaga kerja ke bagian yang lebih membutuhkan dan melakukan perhitungan biaya dengan upah HOK. Rekayasa nilai pada komponen biaya kemasan dilakukan dengan mengganti kantong plastik yang digunakan dengan kantong plastik yang memiliki fungsionalitas sejenis. Rekayasa nilai pada komponen biaya tenaga kerja pemasaran dilakukan dengan pemindahan tenaga kerja di pasar ke bagian yang lebih membutuhkan dan melakukan perhitungan biaya dengan upah HOK. Setelah dilakukan rekayasa nilai didapatkan biaya sebesar Rp 2.720.672.500.

Penekanan biaya menjadikan laba perusahaan yang sebelumnya 16% menjadi 22%, bahkan lebih dari target laba perusahaan sebesar 19%. Berdasarkan analisis *target costing* pada sub bab sebelumnya diperoleh untuk mencapai target laba, biaya efisien yang dikeluarkan sebesar Rp 2.809.673.528. Setelah dilakukan rekayasa nilai, biaya yang didapat menjadi Rp 2.720.672.500. Hal tersebut menunjukkan setelah dilakukan rekayasa nilai, biaya sudah efisien bahkan melebihi

target biaya. Berdasarkan hasil analisis tersebut menunjukkan penerapan rekayasa nilai dapat dipertimbangkan oleh perusahaan untuk menekan biaya produk tahu agar diperoleh biaya efisien guna meningkatkan laba perusahaan.



VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap perhitungan biaya dan laba untuk memperoleh biaya efisien, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perusahaan belum mencapai target laba yang diharapkan. Perhitungan biaya dan laba yang dilakukan oleh dengan metode *full costing* dan diperoleh total biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk produksi tahu pada tahun 2017 sebesar Rp 2.898.137.500, dengan biaya per satuan sebesar Rp 1.462 dan perolehan laba yang diperoleh perusahaan sebesar 16%. Sedangkan dengan perhitungan biaya dan laba menggunakan metode *target costing* diperoleh untuk mendapatkan target laba sebesar 19%, biaya efisien yang dikeluarkan sebesar Rp 2.809.673.528 atau biaya per satuan sebesar Rp 1.418.
2. Penerapan metode *target costing* lebih efisien dibandingkan dengan metode *full costing* karena perusahaan memperoleh biaya efisien dalam memproduksi tahu tanpa harus meningkatkan harga jual. Penerapan rekayasa nilai perlu dilakukan untuk mencapai biaya efisien. Hasil rekayasa nilai menunjukkan, perusahaan memperoleh laba lebih dari target yang diharapkan yaitu sebesar 22% dengan biaya sebesar Rp 2.720.672.500 atau Rp 1.373 per satuan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memberi beberapa saran. Saran yang diberikan dapat dijadikan alternatif untuk perusahaan dalam mengambil keputusan. Saran yang diberikan peneliti antara lain:

1. Perusahaan sebaiknya menggunakan perhitungan biaya dan laba dengan metode *target costing*. Penerapan metode *target costing* dapat membantu perusahaan dalam menentukan besaran biaya efisien dalam perencanaan produksi, tanpa harus meningkatkan harga jual produk agar target laba dapat tercapai.
2. Perusahaan sebaiknya menetapkan tenaga kerja sesuai dengan kebutuhan perusahaan dengan pemindahan tenaga kerja ke bagian lain yang membutuhkan sehingga pembebanan biaya dapat berkurang, seperti pemindahan tenaga kerja pada proses produksi. Selain itu, perlu dilakukan

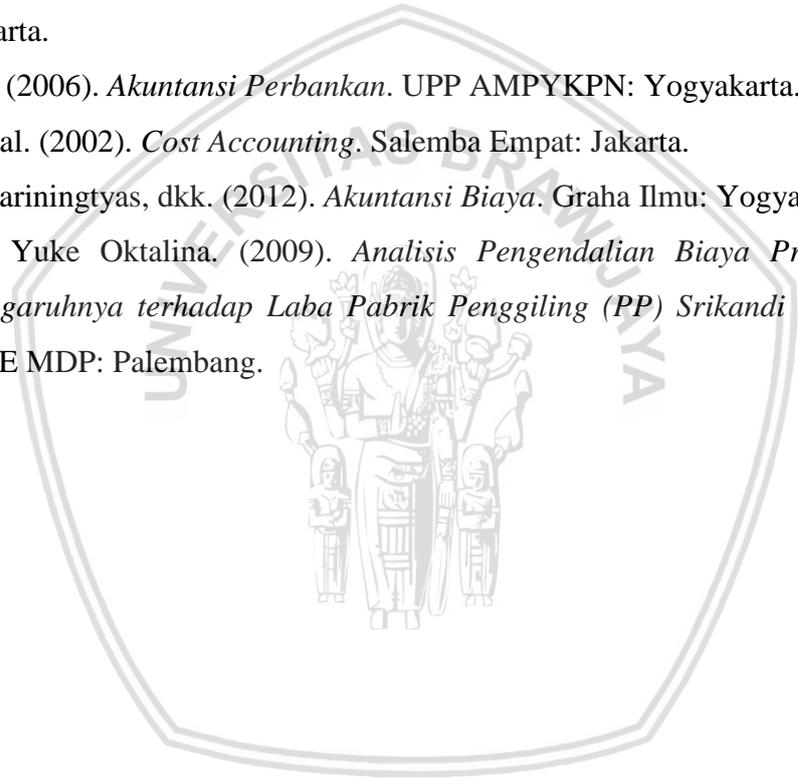
evaluasi kerja dan pelatihan tenaga kerja terutama bagian masak tahu agar produksi tahu dapat terus meningkat dengan kualitas yang baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani. (2010). *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Pabrik Tahu "Sari Langgeng" Kutuarjo dengan Metode Full Costing*. Universitas PGRI Yogyakarta: Yogyakarta.
- Clifton et.al. (2004). *Target Costing Market-Driven Product Design*. Marcel Dekker AG: USA.
- Dunia, Firdaus Ahmad. (2012). *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat: Jakarta Selatan.
- Dewi, dkk. (2013). *Akuntansi Biaya*. IN MEDIA: Jakarta.
- Everaert, et.al. (2006). *Characteristics of Target Costing: Theoretical and Field Study Perspective*. Lessius University Collage: Belgium.
- Gunanto, Nanang Wahyu. (2010). *Analisa Harga Pokok Produksi dengan Full Costing Method dalam Menetapkan Harga Jual Bola Plastik pada UD. Bumi Putra*. Universitas Dian Nuswantoro: Semarang.
- Hidayat, Rahmad. (2016). *Pengertian Biaya dan Penggolongan Biaya*. Universitas Negeri Malang: Malang.
- Karim, Adimarwan.(2006). *Bank Islam-Analisis Fiqih dan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Khasanah, Eka Nur. (2011). *Penerapan Metode Full Costing dalam Menentukan Harga Jual Batu Bara pada PT Energi Alam Sejahtera di Samarinda (Studi Kasus pada PT Energi Alam Sejahtera di Samarinda)*. Universitas Mulawarman: Samarinda.
- Kuswadi. (2005). *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. PT. Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Longdong, Febriana Martina. (2016). *Penerapan Target Costing dalam Perencanaan Biaya Produksi pada CV. Sinar Mandiri*. Jurnal EMBA, 4, 1409-1418.
- Riwayadi. (2014). *Akuntansi Biaya Pendekatan Tradisional dan Komtemporer*. Salemba Empat: Jakarta Selatan.
- Rubinfeld, et.al. (2007). *Mikroekonomi*. Indeks: Jakarta.
- Rudianto, dkk. (2013). *Analisis Perhitungan Biaya Standar Guna Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi (Studi pada Perusahaan Makanan Ringan "Mawar" Malang)*. Universitas Brawijaya: Malang.

- Samryn. (2012). *Akuntansi Manajemen: Informasi Biaya untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi dan Informasi*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Setiyaningsih, Endra. (2013). *Analisis Penerapan Metode Full Costing dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi untuk Penerapan Harga Jual (Studi Kasus pada Pabrik Tahu Lestari)*. Universitas Dian Nuswantoro: Semarang.
- Sharafoddin, Samaneh. (2015). *The Utilization of Target Costing and Implementation Method in Iran*. Islamic Azad University Damghan Branch: Iran.
- Sulistiyanto, Sri. (2012). *Manajemen Laba: Teori dan Model Empiris*. Grasindo: Jakarta.
- Taswan, (2006). *Akuntansi Perbankan*. UPP AMPYKPN: Yogyakarta.
- Usry, et.al. (2002). *Cost Accounting*. Salemba Empat: Jakarta.
- Widilestariningtyas, dkk. (2012). *Akuntansi Biaya*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Wijaya, Yuke Oktalina. (2009). *Analisis Pengendalian Biaya Produksi dan Pengaruhnya terhadap Laba Pabrik Penggiling (PP) Srikandi Palembang*. STIE MDP: Palembang.





Lampiran 1. Rincian Biaya Bahan Baku Langsung

Bulan	Jumlah Hari Kerja	Kebutuhan (Kg/Hari)	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
Januari	25	1.000	7.200.000	180.000.000
Februari	24	1.000	7.200.000	172.800.000
Maret	26	1.000	7.200.000	187.200.000
April	25	1.000	7.200.000	180.000.000
Mei	23	1.000	7.200.000	165.600.000
Juni	24	1.200	7.400.000	177.600.000
Juli	26	1.000	7.200.000	187.200.000
Agustus	26	1.000	7.200.000	187.200.000
September	24	1.000	7.200.000	172.800.000
Oktober	26	1.000	7.200.000	187.200.000
November	26	1.000	7.200.000	187.200.000
Desember	25	1.200	7.400.000	185.000.000
Total Biaya Bahan Baku Langsung				2.169.800.000

Lampiran 2. Rincian Biaya Tenaga Kerja Langsung

Bulan	Jumlah Hari Kerja	Jumlah Masak	Biaya (1 x masak)	Jumlah (Rp)
Januari	25	70	6.500	11.375.000
Februari	24	70	6.500	10.920.000
Maret	26	70	6.500	11.830.000
April	25	70	6.500	11.375.000
Mei	23	70	6.500	10.465.000
Juni	24	85	6.500	13.260.000
Juli	26	70	6.500	11.830.000
Agustus	26	70	6.500	11.830.000
September	24	70	6.500	10.920.000
Oktober	26	70	6.500	11.830.000
November	26	70	6.500	11.830.000
Desember	25	85	6.500	13.812.500
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung				1.412.277.500

Lampiran 3. Rincian Biaya Overhead Pabrik

Jenis Biaya	Jumlah Hari Kerja (Tahun 2017)	Biaya (Rp/Hari)	Jumlah (Rp)
Bahan Penolong			
1. Garam	300	70.000	21.000.000
2. Kayu Bakar	300	800.000	240.000.000
Tenaga Kerja Tidak Langsung			
1. TK Harian	300	300.000	90.000.000
2. TK Inspeksi	300	150.000	45.000.000
Kemasan	300	75.000	22.500.000
Listrik	300	65.000	19.500.000
Air	300	100.000	30.000.000
Telepon	300	50.000	15.000.000
Penyusutan Mesin			20.000.000
Total Biaya Overhead Pabrik			485.000.000

Lampiran 4. Rincian Biaya Non Produksi

Jenis Biaya	Jumlah Hari Kerja (Tahun 2017)	Biaya (Rp/Hari)	Jumlah (Rp)
Administrasi	300		1.000.000
Biaya Pemasaran			
1. Bahan Bakar	300	100.000	30.000.000
2. TK Pemasaran	300	225.000	67.500.000
3. Penyusutan Mobil			2.060.000
4. Pajak Mobil	300		1.500.000
Total Biaya Non Produksi			102.060.000

Lampiran 5. Rincian Total Biaya

Jenis Biaya	Jumlah Keseluruhan (Rp)	Jumlah Per Satuan (Rp)
Biaya Bahan Baku	2.169.800.000	1.095
Langsung		
Biaya Tenaga Kerja	141.277.500	71
Langsung		
Biaya Overhead Pabrik	485.000.000	245
Biaya Non Produksi	102.060.000	51
Total Biaya	2.898.137.500	1.462

Lampiran 6. Perhitungan Laba – Rugi

Keterangan	Jumlah (Rp)	Jumlah Per Satuan (Rp)
Hasil Penjualan	3.468.732.750	1.750
Harga Pokok Produksi (HPP)	2.796.077.500	1411
Laba Kotor	672.655.250	339
Non Produksi	102.060.000	51
Laba Bersih	570.595.250	288

$$\begin{aligned} \text{Hasil Penjualan} &= \text{Harga Jual} \times \text{Volume Penjualan} \\ &= 1.750 \times 1.982.133 \\ &= 3.468.732.750 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Pokok Produksi} &= \text{Total Biaya Produksi} \\ &= 2.169.800.000 + 1.412.277.500 + 485.000.000 \\ &= 2.796.077.500 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{HPP (per satuan)} &= \text{Total Biaya Produksi} / \text{Total Produksi} \\ &= 2.796.077.500 / 1.982.232 \\ &= 1.411 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba Kotor} &= \text{Hasil Penjualan} - \text{HPP} \\ &= 3.468.732.750 - 2.796.077.500 \\ &= 672.655.250 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba Kotor (per satuan)} &= 672.655.250 / 1.982.232 \\ &= 339 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba Bersih} &= \text{Laba Kotor} - \text{Biaya Non Produksi} \\ &= 672.655.250 - 102.060.000 \\ &= 570.595.250 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba Bersih (per satuan)} &= 570.595.250 / 1.982.232 \\ &= 288 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Margin Laba} &= \frac{(\text{Hasil Penjualan} - \text{Total Biaya})}{\text{Total Biaya}} \times 100\% \\ &= \frac{(3.468.732.750 - 2.898.137.500)}{2.898.137.500} \times 100\% \\ &= 16\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Margin Laba (per satuan)} &= \frac{(\text{Harga Jual} - \text{Total Biaya})}{\text{Total Biaya}} \times 100\% \\ &= \frac{1.750 - 1.462}{1.750} \times 100\% \\ &= 16\% \end{aligned}$$

Lampiran 7. Analisis *Target Costing*

$$\begin{aligned} \text{Target Profit} &= 19\% \\ \text{Target Costing (satuan)} &= \text{Harga Jual} - \text{Target Laba} \\ &= \text{Rp } 1.750 - (19\% \times \text{Rp } 1.750) \\ &= \text{Rp } 1.418 \end{aligned}$$

Keterangan	Jumlah (Rp)
Hasil Penjualan	3.468.732.750
Target Profit (19%)	659.059.223
Total Biaya	2.809.673.528

Lampiran 8. Rekeyasa Nilai pada Komponen Biaya Tenaga Kerja Langsung

Bulan	Jumlah Hari Kerja	Jam Kerja/Hari	Jumlah TK	Upah/Orang/ Hari	Total Biaya
Januari	25	7	6	75.833	9.953.125
Februari	24	7	6	75.833	9.555.000
Maret	26	7	6	75.833	10.351.250
April	25	7	6	75.833	9.953.125
Mei	23	7	6	75.833	9.156.875
Juni	24	7	6	75.833	9.555.000
Juli	26	7	6	75.833	10.351.250
Agustus	26	7	6	75.833	10.351.250
September	24	7	6	75.833	9.555.000
Oktober	26	7	6	75.833	10.351.250
November	26	7	6	75.833	10.351.250
Desember	25	7	6	75.833	9.953.125
Total Biaya					119.437.500

Lampiran 9. Rekeyasa Nilai pada Komponen Biaya Tenaga Kerja Harian

Bulan	Jumlah Hari Kerja	Jam Kerja/Hari	Jumlah TK	Upah/Orang/ Hari	Total Biaya
Januari	25	4	2	75.000	1.875.000
Februari	24	4	2	75.000	1.800.000
Maret	26	4	2	75.000	1.950.000
April	25	4	2	75.000	1.875.000
Mei	23	4	2	75.000	1.725.000
Juni	24	4	2	75.000	1.800.000
Juli	26	4	2	75.000	1.950.000
Agustus	26	4	2	75.000	1.950.000
September	24	4	2	75.000	1.800.000
Oktober	26	4	2	75.000	1.950.000
November	26	4	2	75.000	1.950.000
Desember	25	4	2	75.000	1.875.000
Total Biaya					22.500.000

Lampiran 10. Rekayasa Nilai pada Komponen Biaya Tenaga Kerja Inspeksi

Bulan	Jumlah Hari Kerja	Jam Kerja/Hari	Jumlah TK	Upah/Orang/ Hari	Total Biaya
Januari	25	2	1	50.000	312.500
Februari	24	2	1	50.000	300.000
Maret	26	2	1	50.000	325.000
April	25	2	1	50.000	312.500
Mei	23	2	1	50.000	287.500
Juni	24	2	1	50.000	300.000
Juli	26	2	1	50.000	325.000
Agustus	26	2	1	50.000	325.000
September	24	2	1	50.000	300.000
Oktober	26	2	1	50.000	325.000
November	26	2	1	50.000	325.000
Desember	25	2	1	50.000	312.500
Total Biaya					3.750.000

Lampiran 11. Rekayasa Nilai pada Komponen Biaya Tenaga Kerja Pemasaran

Bulan	Jumlah Hari Kerja	Jam Kerja/Hari	Jumlah Tenaga Kerja	Upah/Orang/ Hari	Total Biaya
Januari	25	5	2	75.000	2.342.750
Februari	24	5	2	75.000	2.250.000
Maret	26	5	2	75.000	2.437.500
April	25	5	2	75.000	2.343.750
Mei	23	5	2	75.000	2.156.250
Juni	24	5	2	75.000	2.250.000
Juli	26	5	2	75.000	2.437.500
Agustus	26	5	2	75.000	2.437.500
September	24	5	2	75.000	2.250.000
Oktober	26	5	2	75.000	2.437.500
November	26	5	2	75.000	2.437.500
Desember	25	5	2	75.000	2.342.750
Total Biaya					28.125.000

Lampiran 12. Hasil Analisis Rekayasa Nilai

Jenis Biaya			Biaya Menurut Perusahaan	Biaya Setelah Rekayasa Nilai
Biaya	Bahan	Baku	2.169.800.000	2.169.800.000
Langsung				
Biaya	Tenaga	Kerja	141.277.500	119.437.500
Langsung				
Biaya Overhead Pabrik				
1.	Garam		21.000.000	21.000.000
2.	Kayu Bakar		240.000.000	240.000.000

3. Tenaga Kerja Harian	90.000.000	22.500.000
4. Tenaga Kerja Inspeksi	45.000.000	3.750.000
5. Kemasan	22.500.000	15.000.000
6. Listrik	19.500.000	19.500.000
7. Air	30.000.000	30.000.000
8. Telpon	15.000.000	15.000.000
9. Penyusutan Mesin	2.000.000	2.000.000
Total Biaya Produksi	2.796.077.500	2.657.987.500
Biaya Non Produksi		
1. Administrasi	1.000.000	1.000.000
2. Penyusutan Mobil	2.060.000	2.060.000
3. Pajak Mobil	1.500.000	1.500.000
4. Bahan Bakar	30.000.000	30.000.000
5. Tenaga Kerja Pemasaran	67.500.000	28.125.000
Total Biaya	2.898.137.500	2.720.672.500



Lampiran 13. Dokumentasi Penelitian



