

### III. KERANGKA PEMIKIRAN

#### 3.1 Kerangka Pemikiran

*Home Industry* Permata Agro Mandiri merupakan salah satu industri rumah tangga di Kota Batu yang bergerak dalam dibidang pengolahan produk hasil pertanian. *Home Industry* Permata Agro Mandiri memproduksi olahan makanan dengan bahan baku apel. Produk yang dihasilkan salah satunya yaitu pia apel. *Home Industry* Permata Agro Mandiri memulai usaha memproduksi pia apel pada tahun 2009.

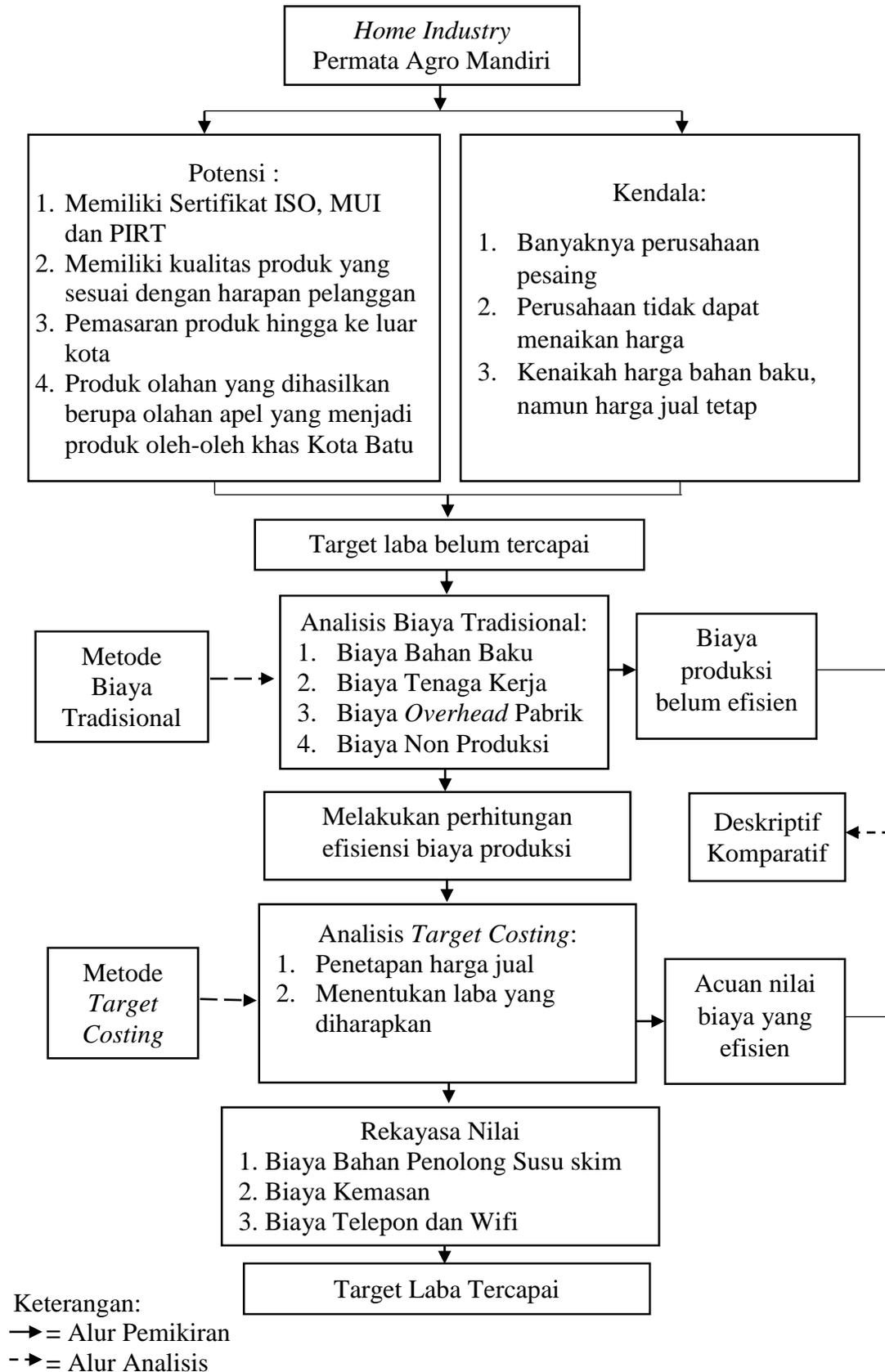
Potensi yang dimiliki perusahaan yaitu memiliki sertifikat ISO, MUI dan PIRT. Sertifikat ISO merupakan sertifikat mengenai kualitas produk yang dihasilkan. Hal tersebut menandakan bahwa perusahaan berorientasi pada layanan pelanggan sehingga kualitas produk pia apel yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Sertifikat MUI merupakan sertifikat mengenai halalnya suatu produk. Adanya sertifikat tersebut akan memberikan rasa aman dan dan menjamin kelayakan suatu produk untuk masyarakat dalam segi kehalalannya. Sedangkan sertifikat PIRT merupakan sertifikat yang diberikan kepada produsen pangan yang bertujuan menjamin keamanan produk tersebut untuk dapat dikonsumsi oleh konsumen dalam segi kesehatan. Produk yang dihasilkan *Home Industry* Permata Agro Mandiri dipasarkan hingga ke luar kota seperti Pasuruan dan Surabaya sehingga hal tersebut memungkinkan produk perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat tidak hanya di dalam kota saja melainkan dikenal juga di luar kota. Perusahaan menghasilkan produk olahan berbahan baku apel dimana apel merupakan *icon* Kota Batu sehingga produk yang dihasilkan menjadi produk oleh-oleh khas batu yang banyak diminati oleh wisatawan-wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu.

Selain potensi yang dimiliki perusahaan juga mengalami kendala dalam melakukan usahanya tersebut. Masalah yang dialami oleh perusahaan yaitu banyak perusahaan pesaing yang menghasilkan produk sejenis dan segmentasi pasar yang dituju adalah kalangan masyarakat menengah kebawah menyebabkan perusahaan sulit menaikkan harga jual. Selain itu jika terjadi kenaikan bahan baku namun harga jual produk tetap maka perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih sedikit. Penetapan harga jual yang sesuai dengan keadaan pasar

menyebabkan perusahaan tidak dapat mencapai target laba yang diharapkan, untuk dapat terus menjalankan usahanya perusahaan perlu mengetahui apakah biaya produksi yang dikeluarkan sudah efisien atau belum. Hal tersebut diketahui dengan melihat biaya apa saja yang dikeluarkan untuk memproduksi pia apel. Biaya tersebut mulai dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik dan biaya non produksi. Serta perusahaan juga perlu melihat total produksi pia apel yang dihasilkan sehingga akan diketahui biaya per kemasan pia apel yang dikeluarkan perusahaan pada tahun 2016.

Perusahaan menggunakan perhitungan analisis biaya dengan menggunakan metode tradisional. Hasil dari perhitungan tersebut menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi pia apel belum efisien sehingga perusahaan tidak dapat mencapai target laba yang diharapkan. Untuk mencapai target laba yang diharapkan perusahaan harus dapat menekan biaya yang dikeluarkan. Cara yang dapat dilakukan untuk menekan biaya yaitu dengan melakukan perhitungan efisiensi biaya produksi. Salah satu metode yang dapat digunakan yaitu metode *target costing*. Pada metode ini dilakukan perhitungan dengan menentukan harga jual dan target laba yang diinginkan terlebih dahulu sehingga akan diketahui besarnya biaya yang efisien dikeluarkan untuk mencapai target laba yang diharapkan.

Setelah melakukan perhitungan dengan menggunakan metode *target costing* selanjutnya dilakukan analisis deskriptif komparatif dengan membandingkan perhitungan biaya metode tradisional yang digunakan perusahaan dengan metode *target costing*. Dari hal tersebut maka dapat diketahui perbedaan biaya dan laba yang diperoleh dari masing-masing metode. Tahap berikutnya yaitu melakukan rekayasa nilai. Rekayasa nilai dilakukan sebagai upaya penurunan biaya produksi. Pada tahap rekayasa nilai peneliti memberikan alternatif biaya yang dapat diturunkan yaitu pada biaya *overhead* pabrik meliputi biaya bahan penolong dan biaya kemasan serta pada biaya non produksi meliputi biaya pemasaran yaitu biaya telepon dan wifi. Adanya penurunan komponen biaya bertujuan agar biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan lebih rendah dan efisien sehingga perusahaan akan mencapai target laba yang diharapkan. Berikut adalah skema kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini:



Skema 3. Kerangka Pemikiran

Analisis Efisiensi Biaya Produksi Pia Apel dengan Pendekatan *Target Costing*  
Kasus Pada *Home Industry* Permata Agro Mandiri, Kota Batu

### 3.2 Hipotesis

1. Diduga penggunaan metode *target costing* dan rekayasa nilai pada komponen biaya bahan penolong susu skim, biaya kemasan serta biaya telepon dan wifi dapat menekan biaya produksi pia apel di *Home Industry* Permata Agro Mandiri.
2. Diduga adanya perbandingan antara perhitungan metode biaya tradisional dan metode *target costing* menunjukkan bahwa metode yang menghasilkan biaya produksi yang lebih efisien yaitu metode *target costing*.

### 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dan pengukuran variabel dari variabel yang terkait dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel/Waktu
1	Biaya Produksi	Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk	Rupiah/Tahun
2	Biaya Tradisional	Penentuan harga pokok produk per unit yang dilakukan dengan cara membagi total biaya yang dikeluarkan dengan jumlah produksi yang dihasilkan	Rupiah/Tahun
3	Biaya Bahan Baku	Biaya yang dikeluarkan dalam pembelian bahan baku	Rupiah/Tahun
4	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja yang terlibat langsung pada proses produksi	Rupiah/Tahun
5	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Biaya yang dikeluarkan untuk biaya-biaya selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung	Rupiah/Tahun
6	Biaya Non Produksi	Biaya yang dikeluarkan yang tidak berkaitan dengan proses produksi produk	Rupiah/Tahun
7	Biaya Pemasaran	Biaya yang dikeluarkan untuk melakukan kegiatan penjualan produk	Rupiah/Tahun
8	Biaya Administrasi	Biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas yang termasuk perasional kantor	Rupiah/Tahun

Tabel 1. (Lanjutan)

9	Total Biaya Produksi	Keseluruhan biaya yang dikeluarkan baik biaya produksi maupun biaya non produksi	Rupiah/Tahun
10	Harga Jual	Harga yang ditentukan oleh perusahaan untuk menjual produk per satuan produk	Rupiah/Tahun
11	Total Penjualan	Keseluruhan produk yang terjual dalam kegiatan penjualan	Kemasan/Tahun
12	Total Produksi	Jumlah produk yang dihasilkan perusahaan dalam proses produksi	Kemasan/Tahun
13	Harga Pokok Penjualan	Seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk mulai dari bahan mentah hingga produk jadi	Rupiah/Tahun
14	Laba	Selisih yang diperoleh dari pendapatan perusahaan dengan total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi produk	Rupiah/Tahun
15	Laba Kotor	Selisih yang diperoleh dari penjualan dengan harga pokok penjualan	Rupiah/Tahun
16	Laba Bersih	Selisih yang diperoleh dari laba kotor dengan biaya non produksi	Rupiah/Tahun
17	Margin <i>Profit</i>	Selisih dari biaya yang dikeluarkan dengan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk	%/Tahun
18	<i>Target Costing</i>	Metode penentuan harga yang dimulai dengan penentuan harga yang kompetitif untuk mencapai target laba yang diinginkan	Rupiah/Tahun
19	Efisiensi	Suatu ukuran keberhasilan perusahaan yang dilihat dari sumberdaya yang digunakan dalam proses produksi	-
20	Rekayasa Nilai	Tahap modifikasi produk untuk menghasilkan biaya yang lebih rendah tanpa mengurangi kualitas produk tersebut	Rupiah/Tahun