

ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM PENGELOLAAN BIAYA PRODUKSI UNTUK OPTIMALISASI LABA PADA UD SRI REJEKI JAYA KOTA BATU

Ratna Puri¹, Apit Miharso², Padma Adriana Sari³

^{1,2,3}Diploma IV Akuntansi Manajemen, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang

¹puriratna642@gmail.com

Abstract

This research aimed to examine the application of target costing in production costs managing to optimize the production profit of 80g, 100g, and 200g packaged potato chips at UD Sri Rejeki Jaya for the 2023 period. The research design was descriptive quantitative. The research instruments were interviews and documentation. Based the expected profit target costing method UD Sri Rejeki Jaya for 80g packaged potato chips was IDR 2,100 per unit, 100g packaging was IDR 2,550 per unit, and 200g packaging was IDR 4,800 per unit. The target costing that could be achieved for 80g packaged potato chips was IDR 10,968 per unit, 100g packaging was IDR 12,996 per unit, and 200g packaging was IDR 25,821 per unit. The implementation of target costing helped the company reduce the cost of potato chips production from IDR 1,230,551,069 to IDR 1,220,220,743. The reduction in production cost expenditure was obtained from the efficiency of factory overhead costs. Based on the results of the study, the calculation using the target costing method could help streamline production costs with an efficiency level of 0.87% per unit for 80g packaging, 0.84% per unit for 100g packaging, and 0.79% per unit for 200g packaging.

Keywords: Target Costing, Optimization, Production Costs

Article history

Received: August 2025

Reviewed: August 2025

Published: August 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, sektor manufaktur dihadapkan pada persaingan yang kian intensif, sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan inovasi demi menjaga persaingan. Transformasi teknologi digital telah mengubah cara perusahaan menjalankan operasional, mulai dari proses desain hingga distribusi produk. Hal ini menuntut perusahaan untuk mengambil langkah strategis agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin kompleks sekaligus mempertahankan keberlanjutan bisnis. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah pengelolaan biaya produksi yang sering kali menjadi elemen kunci dalam menentukan profitabilitas dan daya saing perusahaan.

Dalam sektor manufaktur, biaya produksi sering menjadi pengeluaran paling dominan bagi perusahaan. Apabila biaya tersebut tidak dikelola secara tepat, maka akan terjadi pemborosan sumber daya yang pada akhirnya berpotensi menekan tingkat keuntungan perusahaan. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan perlu menerapkan pendekatan sistematis seperti *Target Costing*. Metode ini memungkinkan perusahaan untuk menetapkan biaya produksi berdasarkan target laba yang ingin dicapai. Selain itu, *Target Costing* juga membantu perusahaan mengidentifikasi perbedaan antara anggaran dan biaya aktual sehingga efisiensi dapat dicapai tanpa mengurangi kualitas produk.

Melihat pentingnya pengelolaan biaya melalui *Target Costing*, penelitian ini dilakukan pada UD Sri Rejeki Jaya, UMKM di Batu yang memproduksi berbagai jenis keripik buah dan umbi-umbian. Perusahaan membutuhkan strategi pengelolaan biaya yang tepat untuk mengoptimalkan laba mereka karena proses produksi yang kompleks. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *Target Costing* sebagai langkah strategis dalam mengelola biaya produksi secara efisien.

KAJIAN TEORI

1. Biaya

a. Pengertian Biaya

Biaya adalah penggunaan sumber daya ekonomi yang dinyatakan dalam bentuk uang, baik yang telah dikeluarkan maupun yang berpotensi dikeluarkan, guna mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Mulyadi (2015), biaya adalah sumber ekonomi yang dikeluarkan untuk suatu tujuan tertentu. Hansen dan Mowen (2015) juga menjelaskan bahwa, biaya merupakan kas atau setara kas yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang atau jasa yang dapat bermanfaat bagi perusahaan baik saat ini maupun di masa yang akan datang. Dengan demikian, biaya dapat disimpulkan sebagai penggunaan ekonomi yang dilakukan untuk mencapai manfaat tertentu dimasa saai ini maupun dimasa mendatang.

b. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya membantu merangkum data untuk manajemen. Biaya dibagi berdasarkan waktu pengukuran (biaya produk dan biaya periode), hubungan dengan produk (biaya produksi dan biaya non-produksi), serta volume produksi (biaya variabel, tetap, dan semi-variabel). Klasifikasi ini mempermudah analisis biaya dalam perusahaan.

2. Biaya Produksi

a. Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan sejumlah pengeluaran yang dikeluarkan untuk memproses bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dipasarkan. Sukirno (2013) menyebutkan bahwa, biaya produksi mencakup pengeluaran yang dikeluarkan untuk mendapatkan faktor-faktor produksi serta bahan baku. Mulyadi (2015) menambahkan bahwa, biaya produksi mencakup pengeluaran untuk bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang diperlukan dalam proses pembuatan produk yang siap dipasarkan. Secara umum, biaya produksi meliputi seluruh pengeluaran yang timbul selama kegiatan proses produksi berlangsung.

b. Unsur Biaya Produksi

Unsur biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya bahan baku merupakan pengeluaran untuk memperoleh bahan mentah yang akan diolah menjadi produk jadi. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dihabiskan untuk tenaga kerja yang secara langsung terlibat dalam proses produksi. Biaya *overhead* pabrik meliputi biaya tidak langsung seperti pemeliharaan mesin, utilitas, dan bahan pendukung lainnya yang membantu proses produksi.

c. Jenis Biaya Produksi

Biaya produksi dapat diklasifikasikan menjadi biaya jangka pendek dan biaya jangka panjang. Biaya jangka pendek adalah biaya yang mencakup biaya tetap dan tidak dapat diubah dalam waktu singkat sesuai tingkat produksi. Sebaliknya, biaya jangka panjang adalah biaya yang dapat disesuaikan dengan perubahan tingkat produksi, seperti pembelian mesin baru atau peningkatan kapasitas produksi. Kedua jenis biaya ini penting untuk perencanaan dan pengelolaan biaya dalam proses produksi.

3. *Target Costing*

a. *Pengertian Target Costing*

Target Costing adalah metode penetapan biaya yang menentukan harga pokok produksi berdasarkan harga pasar kompetitif. Metode ini membantu perusahaan menetapkan harga jual yang sesuai bagi pelanggan serta mencapai tingkat keuntungan yang diharapkan dengan cara mendesain ulang produk atau proses produksi agar sesuai dengan biaya *target* yang telah ditetapkan. Hal ini membantu perusahaan mengoptimalkan biaya agar dapat bersaing di pasar.

b. *Karakteristik Target Costing*

Target Costing digunakan pada tahap awal, yaitu saat perencanaan dan perancangan, dengan tujuan utama menekan biaya produksi. Metode ini lebih sesuai bagi perusahaan yang memproduksi berbagai jenis produk dalam volume menengah dan mengandalkan proses perakitan. Pendekatan ini menitikberatkan pada pengendalian biaya dan efisiensi proses produksi, serta lebih berfokus pada manajemen dan pengendalian desain daripada aspek akuntansi.

c. *Prinsip Penentuan Target Costing*

Prinsip utama *Target Costing* mencakup penentuan harga berdasarkan pasar, berfokus pada kebutuhan pelanggan, dan menjaga kualitas produk sesuai dengan harga yang wajar. Proses ini juga melibatkan desain produk dan proses yang efisien guna mengurangi biaya produksi, serta menetapkan harga jual berdasarkan persaingan pasar dan preferensi pelanggan untuk menghasilkan laba yang diinginkan.

d. *Tahapan Penerapan Target Costing*

Tahap penerapan *Target Costing* terdiri dari beberapa langkah: penetapan harga pasar, perhitungan target biaya, dan menentukan laba yang diinginkan. Selain itu, perusahaan menggunakan rekayasa nilai untuk mengurangi biaya produksi dan menghitung penghematan, serta menerapkan perhitungan biaya *kaizen* dalam pengaturan operasional untuk mengoptimalkan biaya dan menciptakan produk dengan biaya efektif.

4. *Value Engineering*

a. *Pengertian Value Engineering*

Value Engineering (rekayasa nilai) adalah suatu pendekatan yang sistematis dan kreatif yang digunakan untuk mengevaluasi bagaimana produk atau jasa berfungsi untuk mengurangi biaya yang tidak esensial. Proses ini berfokus pada pencapaian fungsi yang optimal dengan biaya yang lebih efisien, untuk menghasilkan nilai terbaik tanpa mengorbankan kualitas produk atau layanan yang dihasilkan, baik dalam proyek maupun manufaktur.

b. *Rencana Kerja Value Engineering*

Rencana kerja *Value Engineering* melibatkan beberapa tahap, mulai dari pengumpulan informasi tentang desain proyek, analisis fungsional produk atau layanan, hingga tahap kreatif untuk menghasilkan ide alternatif yang lebih efisien. Setelah itu, dilakukan evaluasi ide, pengembangan solusi terbaik, dan rekomendasi yang berfokus pada pengurangan biaya dan peningkatan nilai guna memastikan penghematan yang signifikan.

c. *Penerapan Value Engineering*

Penerapan *Value Engineering* dapat dilakukan dalam berbagai proyek melalui tahap studi kelayakan, pengembangan alternatif, perencanaan desain, dan perbaikan. Proses ini melibatkan analisis berbagai aspek seperti teknis, pasar, keuangan, dan manajerial. Setiap tahap bertujuan untuk menemukan solusi yang lebih efisien, mengoptimalkan biaya, dan meningkatkan fungsi produk atau layanan untuk mencapai hasil yang lebih optimal dengan biaya yang lebih rendah.

METODE

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu UD Sri Rejeki Jaya, sebuah UMKM di Kota Batu, Jawa Timur, yang memproduksi berbagai jenis keripik buah dan umbi-umbian.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yang mengolah data dalam bentuk angka untuk menghasilkan informasi terstruktur. Penelitian deskriptif bertujuan menyelidiki kondisi tertentu dan menyajikan hasilnya dalam bentuk laporan.

3. Sumber Data dan Data yang Dibutuhkan

a. Sumber Data

Penelitian ini memanfaatkan data primer dan sekunder untuk memperkuat analisis yang dilakukan. Data primer dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pemilik UMKM. Menurut Sujarweni (2015), data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari responden lewat kuesioner atau wawancara. Sedangkan data sekunder berasal dari sumber-sumber tertulis, seperti laporan keuangan perusahaan, publikasi resmi pemerintah, artikel, serta buku referensi, yang digunakan sebagai dasar teori dalam penelitian ini.

b. Data yang Dibutuhkan

Dalam penelitian ini, digunakan dua jenis data, yakni data primer dan data sekunder, guna memperkuat hasil analisis.

- 1.) Data primer yang dibutuhkan meliputi informasi harga pasar, biaya produksi bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan data penjualan tahun 2023.
- 2.) Data sekunder mencakup informasi biaya produksi bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, dan data penjualan tahun 2023.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Wawancara

Menurut Helaluddin (2019, p. 84), wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara percakapan langsung antara peneliti dan narasumber untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan penelitian.

2. Dokumentasi

Menurut Gatot (2020, p. 90-91), studi dokumentasi adalah analisis dokumen yang berisi bukti transaksi harian dan data aset perusahaan untuk mendukung hasil penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menganalisis biaya produksi menggunakan *Target Costing*. Prosesnya mencakup pengumpulan data, analisis biaya produksi, penetapan harga kompetitif, perhitungan laba, serta identifikasi penghematan biaya melalui rekayasa nilai, sehingga perusahaan dapat menekan biaya produksi dan meningkatkan efisiensi serta profitabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Perusahaan

UD Sri Rejeki Jaya didirikan oleh Pak Yoyok untuk mengolah umbi-umbian agar bernilai jual tinggi. Dengan dukungan pemerintah Kota Batu, usaha ini berkembang, meski menghadapi tantangan bahan baku. Kini, produknya telah masuk Indomaret di Surabaya, Gresik, dan Jombang, namun masih terbatas pada tiga DC tersebut.

2. Data Penelitian

Data yang diperlukan untuk menganalisis penerapan metode *Target Costing* pada produk keripik kentang di tahun 2023 meliputi volume produksi, harga pasar, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, serta biaya *overhead* pabrik.

3. Hasil Analisis

Berikut ini data produksi UD Sri Rejeki Jaya tahun 2023 yang terdiri dari:

a) Total Produksi, Volume Penjualan, dan Harga Jual

Tabel 1. Data Produksi, Volume Penjualan, dan Harga Jual

Nama Produk	Total Produksi (pcs)	Volume Penjualan (pcs)	Harga Jual
Keripik Kentang 80g	46.800	46.800	Rp13.000
Keripik Kentang 100g	23.400	23.400	Rp16.000
Keripik Kentang 200g	15.600	15.600	Rp32.000
Total	85.800	85.800	

Sumber: UD Sri Rejeki Jaya

b) Biaya Bahan Baku

Tabel 2. Biaya Bahan Baku

Bahan Baku	Kuantitas	Harga	Jumlah
Kentang Mentah	61.361 kg	Rp12.000	Rp 736.332.000

Sumber: UD Sri Rejeki Jaya

c) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 3. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Jenis Biaya	Jumlah TKL	Biaya Gaji	Jumlah Biaya
Tenaga Kerja Langsung	10orang	Rp55.000	Rp 171.600.000

Sumber: UD Sri Rejeki Jaya

d) Biaya Bahan Kentang

Tabel 4. Biaya Bahan Kentang

Keterangan	Kebutuhan	Harga	Jumlah
Minyak Goreng	204 @18 liter	Rp 371.603	Rp 75.807.012
Bawang Putih	132kg	Rp 60.000	Rp 7.920.000
Garam	600 bal	Rp 10.000	Rp 6.000.000
Penyedap Rasa	120 pcs @250gram	Rp 10.000	Rp 1.200.000
Udang Segar	60kg	Rp 100.000	Rp 6.000.000
Gas LPG	660 @3kg	Rp 20.000	Rp 14.400.000
Total Biaya Bahan Penolong			Rp 111.327.012

Sumber: UD Sri Rejeki Jaya

e) Biaya Bahan Penolong (Kemasan)

Tabel 5. Biaya Bahan Penolong (Kemasan)

Keterangan	Kebutuhan	Harga	Jumlah
Kemasan 80 gram			
Plastik Kemasan	585kg	Rp 36.500	Rp 21.352.500
Stiker	1.872 lembar	Rp 3.600	Rp 6.739.200
Kardus	4.680	Rp 4.500	Rp 21.060.000
Lakban	72 pcs	Rp 12.000	Rp 864.000
Total			Rp 50.015.700
Kemasan 100 gram			
Plastik Kemasan	300kg	Rp 36.500	Rp 10.950.000
Stiker	936 lembar	Rp 3.600	Rp 3.369.600
Total			Rp 14.319.600
Kemasan 200 gram			
Plastik Kemasan	347kg	Rp 36.500	Rp 12.665.500
Stiker	975 lembar	Rp 3.600	Rp 3.510.000
Total			Rp 16.175.500

Sumber: UD Sri Rejeki Jaya

f) Biaya Kerja Tidak Langsung

Tabel 6. Biaya Kerja Tidak Langsung

Jenis Biaya	Jumlah	Biaya Gaji	Jumlah
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	3 Orang	Rp3.500.000	Rp 126.000.000

Sumber: UD Sri Rejeki Jaya

g) Biaya *Overhead* Pabrik

Tabel 7. Biaya *Overhead* Pabrik

Jenis Biaya	Jumlah Biaya
Biaya Bahan Penolong	Rp 111.327.012
Biaya Listrik & Air	Rp 4.800.000
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp 126.000.000
Total	Rp 242.127.012

Sumber: Data Diolah

h) Perhitungan Biaya Produksi

Tabel 8. Perhitungan Biaya Produksi

Uraian	Jumlah Biaya
Biaya Produksi	
Biaya Bahan Baku	Rp 736.332.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 171.600.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp 242.127.012
Total Biaya Produksi	Rp 1.150.059.012
Jumlah Kentang yang Diproduksi	61.361
Total Biaya Produksi per kg Kentang	Rp 18.743

Sumber: Data Diolah

i) Perhitungan Kuantitas Kentang

Tabel 9. Perhitungan Kuantitas Kentang

Uraian	Produksi (pcs)	Kuantitas Kentang/gram	Kuantitas Kentang/kg
Keripik Kentang Kemasan 80g	46.800	3.744.000	24.960
Keripik Kentang Kemasan 100g	23.400	2.340.000	15.600
Keripik Kentang Kemasan 200g	15.600	3.120.000	20.800
Total	85.800	9.204.000	61.360

Sumber: Data Diolah

j) Perhitungan Biaya Produksi 80g

Tabel 10. Perhitungan Biaya Produksi Kemasan 80g

Uraian	Jumlah Biaya
Biaya Produksi	
Biaya Produksi Kemasan 80g	Rp 467.812.991
Biaya Bahan Penolong Kemasan	Rp 50.015.700
Total Biaya Produksi	Rp 517.828.691
Jumlah unit yang Diproduksi	46.800 pcs
Total Biaya per Unit	Rp 11.065

Sumber: Data Diolah

k) Perhitungan Biaya Produksi 100g

Tabel 11. Perhitungan Biaya Produksi Kemasan 100g

Uraian	Jumlah Biaya
Biaya Produksi	
Biaya Produksi Kemasan 100g	Rp 292.383.119
Biaya Bahan Penolong Kemasan	Rp 14.319.600
Total Biaya Produksi	Rp 306.702.719
Jumlah unit yang Diproduksi	23.400 pcs
Total Biaya per Unit	Rp 13.107

Sumber: Data Diolah

l) Perhitungan Biaya Produksi Kemasan 200g

Tabel 12. Perhitungan Biaya Produksi Kemasan 200g

Uraian	Jumlah Biaya
Biaya Produksi	
Biaya Produksi Kemasan 100g	Rp 389.844.159
Biaya Bahan Penolong Kemasan	Rp 16.175.500
Total Biaya Produksi	Rp 406.019.659
Jumlah unit yang Diproduksi	15.600 pcs
Total Biaya per Unit	Rp 26.027

Sumber: Data Diolah

m) Laba Perusahaan

Tabel 13. Laba Perusahaan

Uraian	Jumlah Biaya
Penjualan	Rp 1.482.000.000
Total Biaya Produksi	Rp 1.230.551.069
Laba	Rp 251.448.931

Sumber: Data Diolah

4. Pembahasan

1. Menetapkan Harga Pasar

UD Sri Rejeki Jaya menetapkan harga pasar keripik kentang berdasarkan harga kompetitor, yakni Rp14.000 (80g), Rp17.000 (100g), dan Rp32.000 (200g). Jika harga terlalu tinggi dibanding pesaing, penjualan dapat menurun. Oleh karena itu, harga pasar disesuaikan agar tetap kompetitif dan dapat bersaing di pasaran.

2. Menentukan Laba yang Diharapkan

Perusahaan menetapkan target laba sebesar 15% dari harga pasar. Dengan perhitungan ini, laba untuk kemasan 80g sebesar Rp2.100, kemasan 100g Rp2.550, dan kemasan 200g sebesar Rp4.800. Target laba ini digunakan sebagai acuan dalam menghitung biaya produksi yang harus ditekan agar keuntungan tetap optimal.

3. Menentukan Target Biaya

Target biaya diperoleh dengan mengurangi harga pasar dengan laba yang diharapkan. Hasil perhitungan menunjukkan target biaya untuk kemasan 80g sebesar Rp11.900, kemasan 100g Rp14.450, dan kemasan 200g Rp27.200. Dengan demikian, perusahaan harus memastikan biaya produksi tidak melebihi target biaya tersebut agar tetap memperoleh keuntungan.

4. Menerapkan Rekayasa Nilai

Untuk menekan biaya produksi dan meningkatkan efisiensi, perusahaan menerapkan rekayasa nilai pada beberapa aspek.

a. Menurunkan Biaya Minyak Goreng

Tabel 14. Menurunkan Biaya Minyak Goreng

Bahan	Biaya Sebelum	Biaya Sesudah
Biaya Minyak Goreng	Rp 75.807.012	Rp 70.128.876

Sumber: Data Diolah

b. Menurunkan Biaya Plastik Kemasan

Tabel 15. Menurunkan Biaya Plastik Kemasan

Bahan	Biaya Sebelum	Biaya Sesudah
Biaya Plastik Kemasan	Rp 44.968.000	Rp 43.120.000

Sumber: Data Diolah

c. Menurunkan Biaya per Kemasan

Tabel 16. Menurunkan Biaya per Kemasan

Bahan	Biaya Sebelum	Biaya Sesudah
Biaya Plastik Kemasan 80g	Rp 21.352.500	Rp 20.475.000
Biaya Plastik Kemasan 100g	Rp 10.950.000	Rp 10.500.000
Biaya Plastik Kemasan 200g	Rp 12.665.500	Rp 12.145.000

Sumber: Data Diolah

d. Menurunkan Biaya Stiker

Tabel 17. Menurunkan Biaya Stiker

Bahan	Biaya Sebelum	Biaya Sesudah
Biaya Stiker	Rp 13.618.800	Rp 11.349.000

Sumber: Data Diolah

e. Menurunkan Biaya Stiker per Kemasan

Tabel 18. Menurunkan Biaya Stiker per Kemasan

Bahan	Biaya Sebelum	Biaya Sesudah
Biaya Stiker Kemasan 80g	Rp 6.739.200	Rp 5.616.000
Biaya Stiker Kemasan 100g	Rp 3.369.600	Rp 2.808.000
Biaya Stiker Kemasan 200g	Rp 3.510.000	Rp 2.925.000

Sumber: Data Diolah

f. Menurunkan Biaya *Overhead* Pabrik

Tabel 19. Menurunkan Biaya *Overhead* Pabrik

Jenis Biaya	Jumlah Biaya
Biaya Bahan Penolong	Rp 105.114.384
Biaya Listrik & Air	Rp 4.800.000
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp 126.000.000
Total	Rp 235.914.384

Sumber: Data Diolah

g. Biaya Produksi Rekayasa Nilai

Tabel 20. Biaya Produksi Rekayasa Nilai

Uraian	Jumlah Biaya
Biaya Produksi	
Biaya Bahan Baku	Rp 736.332.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 171.600.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp 235.914.384
Total Biaya Produksi	Rp 1.143.846.384
Jumlah Kentang yang Diproduksi	61.361 kg
Total Biaya Produksi per kg Kentang	Rp 18.641

Sumber: Data Diolah

h. Biaya Produksi Kemasan 80g

Tabel 21. Biaya Produksi Kemasan 80g

Uraian	Jumlah Biaya
Biaya Produksi	
Biaya Produksi Kemasan 80g	Rp 465.503.278
Biaya Bahan Penolong Kemasan	Rp 48.015.000
Total Biaya Produksi	Rp 513.300.861
Jumlah unit yang Diproduksi	46.800 pcs
Total Biaya per Unit	Rp 10.968

Sumber: Data Diolah

i. Biaya Produksi Kemasan 100g

Tabel 22. Biaya Produksi Kemasan 100g

Uraian	Jumlah Biaya
Biaya Produksi	
Biaya Produksi Kemasan 100g	Rp 290.803.663
Biaya Bahan Penolong Kemasan	Rp 13.308.000
Total Biaya Produksi	Rp 304.111.663
Jumlah unit yang Diproduksi	23.400
Total Biaya per Unit	Rp 12.996

Sumber: Data Diolah

j. Biaya Produksi Kemasan 200g

Tabel 23. Biaya Produksi Kemasan 200g

Uraian	Jumlah Biaya
Biaya Produksi	
Biaya Produksi Kemasan 200g	Rp 387.738.218
Biaya Bahan Penolong Kemasan	Rp 15.070.000
Total Biaya Produksi	Rp 402.808.218
Jumlah unit yang Diproduksi	15.600
Total Biaya per Unit	Rp 25.821

Sumber: Data Diolah

k. Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi

Tabel 24. Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi

Uraian	Biaya Produksi Sebelum <i>Target Costing</i>	Biaya Produksi Setelah <i>Target Costing</i>
Keripik Kentang Kemasan 80gr	Rp 517.828.691	Rp 513.300.861
Keripik Kentang Kemasan 100gr	Rp 306.702.719	Rp 304.111.663
Keripik Kentang Kemasan 200gr	Rp 406.019.659	Rp 402.808.218

Sumber: Data Diolah

Perhitungan Efisiensi Keripik Kentang Kemasan 80g

Selisih Biaya Produksi = Rp4.527.830

$$\begin{aligned}\text{Rumus Efisiensi} &= (\text{Nilai Awal} - \text{Nilai Akhir}) / \text{Nilai Awal} \times 100\% \\ &= (\text{Rp}517.828.691 - \text{Rp}513.300.861) / \text{Rp}517.828.691 \times 100\% \\ &= 0,87\%\end{aligned}$$
Perhitungan Efisiensi Keripik Kentang Kemasan 100g

Selisih Biaya Produksi = Rp2.591.056

$$\begin{aligned}\text{Rumus Efisiensi} &= (\text{Nilai Awal} - \text{Nilai Akhir}) / \text{Nilai Awal} \times 100\% \\ &= (\text{Rp}306.702.719 - \text{Rp}304.111.663) / \text{Rp}306.702.719 \times 100\% \\ &= 0,84\%\end{aligned}$$
Perhitungan Efisiensi Keripik Kentang Kemasan 200g

Selisih Biaya Produksi = Rp3.211.441

$$\begin{aligned}\text{Rumus Efisiensi} &= (\text{Nilai Awal} - \text{Nilai Akhir}) / \text{Nilai Awal} \times 100\% \\ &= (\text{Rp}406.019.659 - \text{Rp}402.808.218) / \text{Rp}406.019.659 \times 100\% \\ &= 0,79\%\end{aligned}$$
PENUTUP**Simpulan**

Penerapan *Target Costing* pada UD Sri Rejeki Jaya tahun 2023 terbukti efektif dalam mengefisiensikan biaya produksi keripik kentang. Sebelum diterapkan, total biaya produksi mencapai Rp1.230.551.069, mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, *overhead* pabrik, dan biaya kemasan, dengan laba yang diperoleh sebesar Rp251.448.931. Setelah penerapan *Target Costing*, terjadi penghematan biaya, termasuk pada minyak goreng dari Rp75.807.012 menjadi Rp70.134.384, kemasan plastik 80g dari Rp21.352.500 menjadi Rp20.475.000, kemasan plastik 100g dari Rp10.950.000 menjadi Rp10.500.000, dan kemasan plastik 200g dari Rp12.665.500 menjadi Rp12.145.000. Biaya stiker juga berkurang untuk kemasan 80g, 100g, dan 200g masing-masing sebesar Rp6.739.200 menjadi Rp5.616.000, Rp3.369.600 menjadi Rp2.808.000, dan Rp3.510.000 menjadi Rp2.925.000. Dengan total penghematan Rp10.330.327, biaya produksi menjadi Rp1.220.220.743. Efisiensi ini menghasilkan penurunan biaya per unit sebesar 0,87% untuk kemasan 80g, 0,84% untuk 100g, dan 0,79% untuk 200g, membantu perusahaan meningkatkan laba secara optimal.

Saran

Perusahaan sebaiknya menyesuaikan perhitungan biaya produksi dengan kondisi operasional yang sedang berlangsung. Untuk tetap kompetitif, inovasi dalam proses produksi perlu ditingkatkan guna menemukan metode yang lebih efisien. Dengan demikian, penghematan dapat dimaksimalkan dan target harga dapat dicapai. Selain itu, penerapan rekayasa nilai memungkinkan perusahaan untuk mengurangi beberapa biaya tanpa mengorbankan kualitas produk, sehingga dapat menekan biaya produksi sekaligus meningkatkan efisiensi operasional. Perusahaan juga dapat menerapkan *kaizen costing*, dimana perusahaan dapat melakukan perbaikan secara terus menerus dalam setiap tahapan produksi agar lebih optimal dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Gatot, C. H. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak.
- Hansen, D. R. & Mowen, M. M. 2015. *Managerial Accounting*. Buku 1, Edisi 8. Salemba Empat. Jakarta.
- Helaluddin dan Wijaya, Hengki. (2019). *Buku Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Idrawahyuni, I., Adil, M., Nasrun, M. and Herianto, D.A., 2020. Analisis Penerapan *Target Costing* Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi (Studi Kasus Pada UD. Winda Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan). *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 9(2).
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya Edisi 5*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Rakhmawati, I. and Mui'jz, M.A., 2023. Analisis *Target Costing* dalam Optimalisasi Laba Usaha Mikro Kecil Menengah. *JIOSE: Journal of Indonesian Sharia Economics*, 2(1), pp.77-92
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukirno, S. (2013). *Makroekonomi: Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wuysang, C.C. and Pusung, R.J., 2019. Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada UD. JJ Bakery. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).