

Analisis Penerapan Target Costing sebagai Alat Bantu Perencanaan Biaya pada UMKM Kebab Batubara

Juwita Aprila, Jumri, Rosmiati Pakata, Wahyu Mardiana, Marpiah

Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusantara Sangatta

Correspondence: juwita.aprillia@gmail.com, jumrymurad@yahoo.com, rosmiaty.pakata@yahoo.co.id, ayoe.mardiana97@gmail.com, marpiah1997@gmail.com

Abstrak. Target Costing merupakan suatu sistem dimana penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan. Manfaat utama Target Costing adalah penetapan harga pokok produk sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis penerapan Target Costing untuk mengurangi biaya produksi sehingga perolehan laba usaha UMKM dapat ditingkatkan. Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Kebab Batubara Sangatta Kutai Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data adalah dengan wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan Target Costing dapat menekan biaya produksi yang dikeluarkan dan laba yang diperoleh meningkat. Dimana sebelum menerapkan Target Costing biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 6.771.500 namun setelah diterapkan konsep Target Costing biaya produksi dapat ditekan menjadi Rp 7.883.583,33, adapun pengeluaran lebih besar dikarenakan pada pelaku usaha / UMKM sebelumnya tidak adanya perhitungan biaya Overhead dalam perhitungan biaya produksi. Adapun menerapkan metode Target Costing karena sudah terbukti mampu membantu meminimalkan biaya produksi sehingga perolehan laba dapat ditingkatkan.

Kata kunci : penerapan, target costing, biaya produksi, laba

Abstract. Target Costing is a system where the determination of the cost of goods products is in accordance with the desired (target) as the basis for determining the selling price of products that will obtain the desired profit. The main benefit of Target Costing is the determination of the cost of goods as a basis for pricing so that the desired profit target will be achieved. The purpose of this study is to analyze the implementation of Target Costing to reduce production costs so that MSME operating profits can be increased. This research was carried out at MSMEs Kebab Batubara Sangatta East Kutai. The type of research used is qualitative descriptive. The method of data collection is by interviews and documentation. The results showed that by implementing Target Costing can reduce production costs incurred and profits obtained increased. Where before implementing Target Costing, production costs incurred amounted to IDR 6,771,500, but after applying the concept of Target Costing, production costs can be reduced to IDR 7,883,583.33, as for greater expenses due to previous business actors/MSMEs there was no calculation of overhead costs in the production cost settlement. As for applying the Target Costing method because it has been proven to be able to help minimize production costs so that profit generation can be increased.

Keywords : applicability, target costing, production cost, profit

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia ditandai dengan semakin berkembangnya dunia usaha disegala bidang, salah satunya UMKM. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha yang berjalan di berbagai bidang usaha diantaranya usaha perdagangan, usaha pertambangan, usaha industri, usaha jasa pendidikan, real estate dan lain-lain (Siagian & Indra, 2019). Adanya UMKM menjadi salah satu langkah yang efektif dalam menurunkan angka kemiskinan serta pengangguran. Melalui UMKM banyak menyediakan lapangan pekerjaan bagi yang membutuhkan (Gunarti,

2017; Siagian & Indra, 2019; Tambunan, 2012). Sejalan dengan ini menurut Efendi dalam (Gunarti, 2017), UMKM memiliki beberapa peranan dalam perekonomian Indonesia yaitu pelaku utama aktivitas perekonomian di Indonesia, menyediakan lapangan pekerjaan, menjadi pemeran utama dalam perkembangan ekonomi lokal dan memberdayakan masyarakat, menciptakan sumber inovasi dan pasar baru dan berkontribusi dalam neraca pembayaran.

Namun demikian usaha UMKM ini tidak terlepas dari berbagai permasalahan dan kendala. Beberapa kendala atau tantangan yang biasa dihadapi pelaku UMKM diantaranya

berkaitan dengan mengelola dana dan menyusun laporan keuangan, sebab baik tidaknya pengelolaan dana dapat menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha (Siagian & Indra, 2019). Selain itu hambatan lain yang ditemukan bisa berupa masalah permodalan, sulitnya mendapatkan bahan baku, menurunnya jumlah konsumen, dan hambatan dalam penjualan dan produksi (Octaviani & Setyaningsih, 2022). Hambatan selanjutnya yang masih sangat ditemukan adalah terkait pemaksimalan laba (Mahsunah & Hariyati, 2021) serta masalah proses pembiayaan (Octaviani & Setyaningsih, 2022).

Agar usaha UMKM dapat menghadapi kendala dan permasalahan tersebut tetap dibutuhkan permodalan yang memadai dan membuat suatu perencanaan yang mana mendukung dalam memaksimalkan perolehan laba UMKM tersebut. Menurut Nagoy et al., (2022) dengan menerapkan metode *Target Costing* dapat menjadi salah satu cara meningkatkan laba pada semua perusahaan. Sejalan dengan ini Jaradat et al., (2018) menyatakan bahwa *Target Costing* dapat membantu Usaha Kecil dan Menengah dalam menurunkan biaya dan menentukan harga kompetitif pada produk. *Target costing* merupakan cara menentukan biaya yang didasarkan pada harga jual dan laba yang sudah direncanakan dan diinginkan dari suatu produk, setelahnya dilakukan desain dan proses produksi demi mencapai tujuan perbaikan usaha pada pengurangan biaya produksi produk (Caroline & Wokas, 2016). Penerapan metode ini dan diikuti dengan rekayasa nilai (*value engineering*) dapat membantu manajer perusahaan atau pelaku usaha untuk mempertimbangkan biaya-biaya yang dapat diminimalisir tanpa harus mengurangi kuantitas maupun kualitas produknya (Witjacksono dalam Rachmatulloh et al., 2015). Metode *Target Costing* dapat membantu suatu usaha untuk mencapai profit yang diinginkan (Mahsunah & Hariyati, 2021).

UMKM Kebab Batubara yaitu usaha yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan yang berupa kebab yang ada di daerah Sangatta Kutai Timur. UMKM tersebut saat ini belum dapat mencapai target profit penjualan yang sesuai dengan keinginan. Pelaku usaha sudah menggunakan sistem pemasaran berbasis *offline* serta berbasis *online* guna meningkatkan volume penjualan agar profit pelaku usaha meningkat. Pemasaran *online* yang dilakukan pelaku usaha adalah dengan menggunakan

beberapa media social seperti aplikasi Instagram, Facebook dan Whatsapp. Pemilihan beberapa aplikasi ini dirasa dapat membantu untuk penyebaran informasi sehingga jaringan pasar penjualan produk dapat semakin meluas. Pemaaran melalui media social telah terbukti mampu meningkatkan pembelian konsumen (Arianty & Julita, 2016; Fadhillah & Pratiwi, 2021).

Pada saat ini UMKM Kebab Batubara belum menerapkan Metode *Target Costing* dalam proses produksinya. Biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha ini masih belum dapat diatur dengan baik. Belum baiknya pengaturan biaya yang dilakukan, dapat menyebabkan keuntungan yang diterima oleh UMKM Kebab Batubara masih belum sesuai dengan yang diinginkan. Penelitian ini penting dilakukan, untuk membantu UMKM Kebab Batubara agar dapat tetap menjalankan usahanya dan memiliki keunggulan secara kompetitif dengan para kompetitornya dengan menerapkan metode *Target Costing* dalam manajemen biaya produksi. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Longdong, (2016) tentang Penerapan *Target Costing* dalam Perencanaan Biaya Produksi pada CV. Sinar Mandiri menunjukan bahwa penerapan *Target Costing* dan menerapkan pengendalian biaya dengan rekayasa nilai dapat mampu menekan pengeluaran biaya Ketika proses perencanaan produksi. Selain itu menurut Rachmatulloh et al., (2015) penerapan *Target Costing* mampu meningkatkan laba suatu CV.

Lebih lanjut dalam penelitian Pih dkk (2019) menunjukan bahwa metode *Target Costing* mampu menekan biaya produksi dan meningkatnya laba yang didapat. Beberapa hasil penelitian sebelumnya menunjukan metode *Target Coting* mampu menjadi salah satu metode yang memupuni dalam mencapai target profit. Selanjutnya penerapan Target Costing oleh Matarneh & El-Dalabeeh, (2016) dalam studinya menyatakan bahwa dengan menerapkan metode Target Costing dapat membantu meningkatkan laba perusahaan industri di Jordan. Namun demikian tidak semua usaha menggunakan metode *Target Costing* berhasil mencapai target laba. Penelitian sebelumnya oleh Caroline & Wokas, (2016) menunjukan metode *Target Costing* belum mampu diterapkan pada usaha dagang Bogor Bakery sebab target biaya yang telah ditetapkan perusahaan sangat tinggi daripada biaya produksinya. Berdasarkan uraian di atas maka

peneliti ingin mencari tahu penerapan *Target Costing* dapat berguna atau tidak sebagai alat bantu perencanaan biaya pada UMKM Kebab Batubara Sangatta Kutai Timur.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data penelitian dikumpulkan dengan wawancara dan dokumentasi. Wawancara mendalam yang dilakukan adalah melakukan tanya jawab langsung dengan pemilik usaha UMKM Kebab Batubara. Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian, yaitu berupa dokumen tentang biaya-biaya produksi dari UMKM Kebab Batubara. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode yang bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan perusahaan secara sistematis, aktual dan akurat dengan cara mengumpulkan data berdasarkan data yang nampak dalam perusahaan atau organisasi, dimana fakta

tersebut dikumpulkan, diolah, dan dianalisis sehingga selanjutnya dapat diambil suatu kesimpulan dan memberikan saran (Sugiyono, 2017).

Tahap analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha untuk kegiatan produksi lewat wawancara dengan pemilik usaha; (2) mengidentifikasi perhitungan harga pokok produk yang dilakukan pelaku usaha; (3) melakukan perhitungan harga pokok produk dengan menggunakan *target costing*; (4) membandingkan metode perhitungan harga pokok produk yang dilakukan oleh perusahaan dengan perhitungan harga pokok produk dengan menggunakan metode *target costing*; (5) membandingkan perolehan laba yang diperoleh pelaku usaha sebelum dan sesudah menerapkan metode *target costing*; dan (6) menarik kesimpulan dan memberikan saran sesuai dengan hasil penelitian.

HASIL

Tabel 1
Biaya Bahan Baku Kebab

No	Jenis Bahan Baku	Satuan	Harga (Rp)	Kebutuhan/bulan/satuan	Total (Rp)
1	Tortila	1 pack @ 30 pcs	50,000.00	15	750,000.00
2	Daging kebab	1 mol @ 50 pcs	180,000.00	9	1,620,000.00
3	Bawang bombay	1 kg @ 10 pcs	24,000.00	45	1,080,000.00
4	Mentega	1 bks @ 10 pcs	11,500.00	45	517,500.00
5	Saos tomat	1 bks @ 50 pcs	18,500.00	9	166,500.00
6	Saos pedas	1 bks @ 50 pcs	20,000.00	9	180,000.00
7	Daun selada	1 ikat @ 5 pcs	5,000.00	90	450,000.00
8	Mentimun	1 kg @ 45 pcs	10,000.00	10	100,000.00
9	Mayonaise	1 bks @ 30 pcs	30,000.00	9	270,000.00
10	Tomat	1 kg @ 30 pcs	12,500.00	15	187,500.00
11	Kertas kemasan	1 bks @ 50 pcs	50,000.00	9	450,000.00
Total					5,771,500.00

Sumber: data olahan

Tabel 2
Biaya tenaga kerja

Karyawan	Gaji (Rp)	Jumlah Karyawan	Total (Rp)
Karyawan Produksi	1.000,000.00	1	1.000,000.00

Sumber: data olahan

Tabel 3
Biaya produksi

No	Jenis Bahan Baku	Jumlah per satuan	Harga (Rupiah)	Pembebanan per satuan (Rupiah)
A	Bahan Baku			
1	Tortila	1 pack @ 30 pcs	50,000.00	1,666.67
2	Daging kebab	1 mol @ 50 pcs	180,000.00	3,600.00
3	Bawang bombay	1 kg @ 10 pcs	24,000.00	2,400.00
4	Mentega	1 bks @ 10 pcs	11,500.00	1,150.00
5	Saos tomat	1 bks @ 50 pcs	18,500.00	370.00
6	Saos pedas	1 bks @ 50 pcs	20,000.00	400.00
7	Daun selada	1 ikat @ 5 pcs	5,000.00	1,000.00
8	Mentimun	1 kg @ 45 pcs	10,000.00	222.22

9	Mayonaise	1 bks @ 50 pcs	30,000.00	600.00
10	Tomat	1 kg @ 30 pcs	12,500.00	416.67
11	Kertas kemasan	1 bks @ 50 pcs	50,000.00	1,000.00
Total Biaya Bahan Baku				12,825.56
B Biaya Tenaga Kerja				
1	Tenaga Kerja	1 orang	1,000,000.00	2,222.22
Total Semua Biaya per buah				15,047.78

Sumber: data olahan

Tabel 4
Biaya produksi UMKM Kebab Batubara

No	Biaya Produksi	Jumlah (Rp)
1	Biaya Bahan Baku	5,771,500.00
2	Biaya Tenaga Kerja	1,000,000.00
Total Biaya Produksi		6,771,500.00

Sumber: data olahan

Tabel 5
Laba Rugi

No	Akun	Jumlah (Rp)
1	Laba Kotor Penjualan	8,100,000.00
2	Harga Pokok Penjualan	6,771,500.00
Laba Bersih		1,328,500.00

Sumber: data olahan

$$\begin{aligned}\text{Margin Laba} &= \frac{\text{Harga Kebab perkemasan} - \text{Biaya kebab perkemasan}}{\text{Harga Kebab perkemasan}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp.18,000.00} - \text{Rp.15,047.78}}{\text{Rp.18,000.00}} \times 100\%\end{aligned}$$

Hasil survei pasar tersebut, mengidentifikasi bahwa beberapa usaha yang memproduksi produk sejenis, menawarkan produknya dengan kisaran harga Rp.18,000.00 – Rp.23,000.00. Maka pelaku usaha menetapkan harga jual sebesar Rp.20,000.00/kemasan. dengan demikian, maka besarnya rata-rata untuk produk kebab adalah Rp.20,000.00. *Target Costing* dapat didefinisikan suatu sistem dimana (1) penentuan harga pokok produk adalah sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan atau (2) penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya. Sehingga berdasarkan uraian tersebut maka *Target Costing* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$TC_i = P_i - M_i$$

TC_i = Target Cost per Unit Produk Kebab Batubara; P_i = Harga Jual Kebab Batubara satuan produksi; M_i = Profit Kebab Batubara per satuan produksi; Maka:

$$\begin{aligned}TC &= 20,000.00 - (10\% \times 20,000.00) = \\ &20,000.00 - 2,000.00 = 18,000.00\end{aligned}$$

Menurut Rachmatulloh et al., (2015) *value engineering analysis* bertujuan untuk meningkatkan manfaat produk bagi para pelanggan dengan cara mengubah desain suatu produk. Agar dapat memenuhi *Target Costing* yang sesuai dengan laba kotor yang diharapkan oleh perusahaan, maka peneliti memberikan alternatif sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan untuk mencapai total laba kotor yang diharapkan. Adapun alternatif yang diberikan adalah dengan mengambil kebijakan yang dapat dijadikan sebagai alat untuk mencapai efisiensi biaya adalah Bahan baku Kebab Batubara diperoleh dari 2 supplier berbeda sebagai pemasok bahan baku kulit kebab dengan harga masing masing Rp. 45.000 dan Rp. 50.000 per bungkus. Oleh karena itu, disarankan agar pengelola usaha kebab mengambil harga Rp 45.000 per bungkus selama dapat disuplai oleh pemasok.

Tabel 6
Biaya Bahan Baku Langsung

No	Jenis Bahan Baku	Satuan	Harga (Rp)	Kebutuhan/bulan/satuan	Total (Rp)
1	Tortila	1 pack @ 30 pcs	45,000.00	15	675,000.00
2	Daging kebab	1 mol @ 50 pcs	180,000.00	9	1,620,000.00
3	Bawang bombay	1 kg @ 10 pcs	24,000.00	45	1,080,000.00
4	Mentega	1 bks @ 10 pcs	11,500.00	45	517,500.00
5	Saos tomat	1 bks @ 50 pcs	18,500.00	9	166,500.00
6	Saos pedas	1 bks @ 50 pcs	20,000.00	9	180,000.00
7	Daun selada	1 ikat @ 5 pcs	5,000.00	90	450,000.00
8	Mentimun	1 kg @ 45 pcs	10,000.00	10	100,000.00
9	Mayonaise	1 bks @ 30 pcs	30,000.00	9	270,000.00
10	Tomat	1 kg @ 30 pcs	12,500.00	15	187,500.00
11	Kertas kemasan	1 bks @ 50 pcs	50,000.00	9	450,000.00
Total					5,696,500.00

Sumber: data olahan

Tabel 6 dapat diketahui bahwa jumlah biaya bahan baku langsung yang dikeluarkan telah mengalami perubahan pada bahan baku kulit kebab dengan harga Rp. 45.000 yang sebelumnya Rp. 50.000 Sehingga ada perubahan biaya dari Rp 5.771.500 menjadi Rp. 5.696.500 sehingga selisihnya adalah sebesar Rp. 75.000.

sedangkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa jumlah biaya overhead yang dibebankan ke satu buah Kebab yang telah diproduksi oleh pelaku usaha adalah sebesar Rp. 2,637.96, sehingga dalam satu bulan biaya overhead yang harus dikeluarkan sebesar Rp 1,187,083.33.

Tabel 7
Biaya overhead UMKM Kebab Batubara

No	Jenis Biaya Overhead	Satuan	Harga (Rp)	Kebutuhan per satuan	Total (Rp)
1	Biaya listrik, sewa tempat dan air	1 bulan	500,000.00	1 bulan	1,111.11
2	Biaya pemeliharaan				
	a) Mengganti selang dan regulator kompor	1 buah	79,000.00	1 tahun	14.63
	b) Perawatan gerobak kebab	1 buah	150,000.00	1 tahun	27.78
3	Biaya penolong				
	a) Gas LPG	2 tabung	34,000.00	2 tabung per 2 bulan	302.22
	b) Tissue	1 pcs	8,500.00	5 pcs / bulan	94.44
	c) Sarung tangan	1 pack @50 pasang	12,000.00	1 pack / bulan	26.67
	d) Plastik kecil (kresek)	1 pack @50 pcs	11,500.00	2 pack / bulan	51.11
4	Biaya peralatan				
	a) Gerobak kebab	1 buah	3,500,000.00	1 tahun	648.15
	b) Pisau	1 buah	15,000.00	2 buah / tahun	5.56
	c) Telenan (alas potong)	1 buah	12,000.00	1 buah / tahun	2.22
	d) Kompor gas	1 buah	110,000.00	1 buah / tahun	20.37
	e) Regulator dan selang kompor	1 buah	79,000.00	2 buah / tahun	29.26
	f) Tabung gas LPG	1 buah	180,000.00	2 buah / tahun	66.67
	g) Capitan besi	1 buah	17,000.00	2 buah / tahun	6.30
	h) Pemanggang daging	1 buah	1,250,000.00	1 buah / tahun	231.48
Total					2,637.96

Sumber: data olahan

Tabel 8
Biaya Produksi Per Kemasan Berdasarkan Target Costing

No	Jenis Bahan Baku	Jumlah per satuan	Harga (Rp)	Pembebanan per satuan (Rp)
A	Bahan Baku			
1	Tortila	1 pack @ 30 pcs	45,000.00	1,500.00
2	Daging kebab	1 mol @ 50 pcs	180,000.00	3,600.00
3	Bawang bombay	1 kg @ 10 pcs	24,000.00	2,400.00
4	Mentega	1 bks @ 10 pcs	11,500.00	1,150.00
5	Saos tomat	1 bks @ 50 pcs	18,500.00	370.00
6	Saos pedas	1 bks @ 50 pcs	20,000.00	400.00
7	Daun selada	1 ikat @ 5 pcs	5,000.00	1,000.00
8	Mentimun	1 kg @ 45 pcs	10,000.00	222.22

9	Mayonaise	1 bks @ 50 pcs	30,000.00	600.00
10	Tomat	1 kg @ 30 pcs	12,500.00	416.67
11	Kertas kemasan	1 bks @ 50 pcs	50,000.00	1,000.00
Total Biaya Bahan Baku				12,658.89
B	Biaya Tenaga Kerja			
1	Tenaga Kerja	1 orang	1,000,000.00	2,222.22
Total Biaya Tenaga Kerja				2,222.22
C	Biaya Overhead			
1	Biaya listrik, sewa tempat dan air	1 bulan	500,000.00	1,111.11
2	Biaya pemeliharaan			
	a) Mengganti selang dan regulator kompor	1 buah	79,000.00	14.63
	b) Perawatan gerobak kebab	1 buah	150,000.00	27.78
3	Biaya penolong			
	a) Gas LPG	2 tabung	34,000.00	302.22
	b) Tissue	1 pcs	8,500.00	94.44
	c) Sarung tangan	1 pack @50 pasang	12,000.00	26.67
	d) Plastik kecil (kresek)	1 pack @50 pcs	11,500.00	51.11
4	Biaya peralatan			
	a) Gerobak kebab	1 buah	3,500,000.00	648.15
	b) Pisau	1 buah @2 buah	15,000.00	5.56
	c) Telenan (alas potong)	1 buah	12,000.00	2.22
	d) Kompor gas	1 buah	110,000.00	20.37
	e) Regulator dan selang kompor	1 buah @2 buah	79,000.00	29.26
	f) Tabung gas LPG	2 buah @2 buah	180,000.00	66.67
	g) Capitan besi	3 buah @2 buah	17,000.00	6.30
	h) Pemanggang daging	1 buah	1,250,000.00	231.48
Total Biaya Overhead				2,637.96
Total Semua Biaya per buah				17,519.07

Sumber: data olahan

Tabel 9
Biaya Produksi Berdasarkan Target Costing Dengan Bahan Alternatif

No	Biaya Produksi	Jumlah (Rupiah)
1	Biaya Bahan Baku	5,696,500.00
2	Biaya Tenaga Kerja	1,000,000.00
3	Biaya Overhead	1,187,083.33
Total Biaya Produksi		7,883,583.33

Sumber: data olahan

Sesuai dengan uraian biaya produksi setelah dilakukan rekayasa nilai pada tabel 9 di atas, maka UMKM Kebab Batubara untuk menghasilkan kebab harus mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp. 7,883,583.33 selama sebulan. Berbeda jika pengelola usaha tersebut masih menggunakan metode tradisional.

Tabel 10
Perbandingan Metode Tradisional dengan Metode Target Costing

Keterangan	Metode		Selisih (Rp)
	Tradisional (Rp)	Target Costing (Rp)	
Biaya bahan baku langsung	5,771,500.00	5,696,500.00	75,000.00
Biaya tenaga kerja langsung	1,000,000.00	1,000,000.00	0.00
Biaya overhead pabrik	0.00	1,187,083.33	1,187,083.33
Jumlah	6,771,500.00	7,883,583.33	1,112,083.33

Sumber: data olahan

Perbandingan antara perhitungan biaya produksi menggunakan metode tradisional dengan perhitungan biaya produksi menggunakan Target Costing menunjukkan bahwa terdapat selisih sebesar Rp. 1,112,083.33 dimana metode Target Costing baik jika diterapkan dalam perhitungan biaya produksi. Adapun karena pelaku usaha tidak ada pencatatan biaya overhead, selisih tersebut juga akan berpengaruh pada laba-rugi yang diperoleh UMKM Kebab Batubara. Target Costing sangat berperan dalam meningkatkan laba produksi

pada Kebab Batubara. Berikut adalah uraian selisih laba-rugi yang diperoleh Kebab Batubara

sebelum dan sesudah menerapkan *target costing*.

Tabel 11
Perbandingan Laba Rugi Dengan Metode Tradisional dan Metode Target Costing

	Sebelum Target Costing (Rp)	Sesudah Target Costing (Rp)
Total Penjualan (Laba Kotor)	8,100,000.00	8,100,000.00
Harga Pokok Penjualan	6,771,500.00	7,883,583.33
Laba Bersih	1,328,500.00	216,416.67
Margin Laba	0,16%	1%

Sumber: data olahan

Seperti dilihat dari pembahasan sebelumnya bahwasannya pengusaha kebab tidak melakukan pencatatan pada biaya overhead serta penulis telah melakukan perbandingan laba setelah melakukan rekayasa nilai (*Value Engineering*) menunjukkan bahwa, pengelola Kebab Batubara dapat melakukan perencanaan ulang dalam pengeluaran dan pencatatan biaya mulai dari mengidentifikasi desain biaya produk yang dapat diminimalisir sampai dengan memberi alternatif untuk pengeluaran biaya produk yang lebih rendah (*value engineering*), sehingga dapat digunakan oleh pengelola usaha sebagai sarana dalam mencapai laba yang diinginkan. Dengan metode *Target Costing* perusahaan atau pelaku usaha akan dapat lebih mudah untuk mencapai laba yang ditargetkan. Hasil ini sejalan penelitian Affiqah & Fuadi, (2019) tentang penerapan metode *Target Costing* dalam perencanaan biaya produksi untuk optimalisasi laba pada UMKM dendeng sapi Aceh di Banda Aceh bahwa setelah menerapkan metode *Target Costing*, terjadi peningkatan laba. Sejalan dengan ini pada penelitian Pioh et al., (2019) tentang analisis penerapan *Target Costing* sebagai alat bantu untuk meminimalkan biaya produksi dalam rangka mengoptimalkan perolehan laba pada UD. Acong Bakery mampu membantu meminimalkan biaya produksi sehingga perolehan laba dapat ditingkatkan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil perhitungan dapat diketahui bahwasannya biaya produksi menggunakan metode tradisional dengan perhitungan biaya produksi menggunakan *Target Costing* menunjukkan bahwa terdapat selisih dimana metode *Target Costing* lebih baik daripada dengan menggunakan metode tradisional yang tidak dilakukan pencatatan biaya *overhead*.

2. Hasil dari perbandingan laba setelah melakukan rekayasa nilai (*value engineering*) menunjukkan bahwa, pengelola Kebab Batubara dapat melakukan perencanaan ulang dalam pengeluaran biaya dan pencatatan biaya mulai dari mengidentifikasi desain biaya produk yang dapat diminimalisir sampai dengan memberi alternatif untuk pengeluaran biaya produk yang lebih rendah (*value engineering*), sehingga dapat digunakan oleh pengelola usaha sebagai sarana dalam mencapai laba yang ditargetkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Affiqah, C., & Fuadi, R. 2019. Penerapan metode target costing dalam perencanaan biaya produksi untuk optimalisasi laba pada UMKM dendeng sapi Aceh di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 317–324.
- Arianty, N., & Julita. 2016. The impact of social media use on SME progress. *Journal of International Conference Proceedings*, 176–182.
- Caroline, T., & Wokas, H. 2016. Analisis penerapan target costing dan activity-based costing sebagai alat bantu manajemen dalam pengendalian biaya produksi pada UD Bogor Bakery. *Jurnal EMBA*, 4(1), 593–603.
- Fadhillah, D. A., & Pratiwi, T. 2021. Strategi pemasaran produk UMKM melalui penerapan digital marketing (Studi kasus pada kelompok usaha “kremes ubi” di desa Cibunar, kecamatan Rancakalong, Sumedang). *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17–22.
- Gunarti. 2017. Penguatan umkm sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *EDUKA : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 2(2), 2502–5406.

- Jaradat, Z. A., Taha, R., & Zin, R. 2018. The use of management accounting practices in jordanian small-and medium sized enterprises. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(2), 1–19.
- Longdong, F. 2016. Penerapan target costing dalam perencanaan biaya produksi pada CV Sinar Mandiri. *Jurnal EMBA*, 4(1), 1409–1418.
- Mahsunah, A., & Hariyati. 2021. Peran penerapan target costing dalam meningkatkan laba UMKM. *Akunesa: Jurnal Akuntansi Unesa*, 9(3), 1–9.
- Matarneh, G. F., & El-Dalabeeh, A. K. 2016. The role of target costing in reducing costs and developing products in the jordanian public shareholding industrial companies. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 6(4), 301–312.
- Nagoy, Y., Tirayoh, V., & Mintalangi, S. 2022. Penerapan target costing sebagai upaya peningkatan laba pada UMKM sumaru endo di masa pandemi covid 19. *Jurnal EMBE*, 10(3), 570–579.
- Octaviani, N. M. L., & Setyaningsih, N. D. 2022. Analisis implementasi target costing sebagai optimalisasi laba pada batara bati Banyuwangi. *Jurnal EMA: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 7(1), 26–33.
- Pioh, F., Manossoh, H., & Tirayoh, V. Z. 2019. Analisis penerapan target costing sebagai alat bantu untuk meminimalkan biaya produksi dalam rangka mengoptimalkan perolehan laba pada UD. Acong Bakery. *Jurnal EMBA*, 7(4), 3149–3158.
- Rachmatulloh, C., Fitriah, E., & Lestari, R. 2015. Analisis penerapan target costing untuk meningkatkan laba perusahaan (Studi kasus pada CV Onderhound Company Shoes and Leather). *Prosiding Akuntansi*, 154–160.
- Siagian, A. O., & Indra, N. 2019. Pengetahuan akuntansi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (umkm) terhadap laporan keuangan. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 4(12), 17–35.
- Sugiyono. 2017. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Tambunan, Tulus. T. H. 2012. Peran usaha mikro dan kecil dalam pengentasan kemiskinan di daerah . *Jurnal Bina Praja*, 4(2), 73–92.