

Evaluasi Peran Target Costing dalam Manajemen Biaya Produksi (Studi Kasus CV GRV Interior)

Mappaujung Maknun^{1*}, Andika Pramukti², Muhammad Faisal AR Pelu³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan target costing dalam upaya peningkatan efisiensi biaya pada CV. GRV Interior. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif (non statistik), yaitu dengan menggambarkan keadaan objek penelitian dengan mengumpulkan data relevan yang tersedia, kemudian disusun, dipelajari dan dianalisis lebih lanjut. Berdasarkan hasil analisis data harga pokok produksi yang dikeluarkan selama ini atas produk yang diteliti adalah Rp. 8.000.000,- dengan harga jual Rp. 9.680,000,-. Berdasarkan perhitungan peneliti, setelah melakukan simulasi penerapan metode target costing, nilai harga pokok produksi senilai Rp. 740,000,- atau sebesar 9,25%. Pengendalian terhadap penggunaan bahan baku berperan penting.

Kata Kunci: *Target Costing, Pengendalian Biaya Produksi*

Abstract

This study aims to determine the effect of implementing target costing in an effort to increase cost efficiency at CV. GRV Interior. The method used in this research is descriptive qualitative and quantitative (non-statistical) analysis method, namely by describing the state of the research object by collecting relevant data available, then compiled, studied and analyzed further. Based on the results of data analysis, the cost of goods produced so far for the product under study is Rp. 8,000,000, - with a selling price of Rp. 9,680,000, -. Based on the researcher's calculations, after simulating the application of the target costing method, the value of the cost of goods produced is Rp. 740,000, - or 9.25%. Control over the use of raw materials plays an important role.

Keywords: *Target Costing, Production Cost Control*

Copyright (c) 2023 Mappaujung Maknun

✉ Corresponding author : mappaujung.maknun@umi.ac.id

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, telah terjadi banyak persaingan di semua lini usaha. Kemajuan teknologi dan globalisasi perdagangan telah menghapuskan batasan geografis, memungkinkan perusahaan dari berbagai negara untuk bersaing secara langsung di pasar yang sama. Sejalan dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi saat ini, jenis-jenis produk maupun jasa yang ditawarkan pun semakin beragam, sehingga persaingan di pasar pun semakin ketat. Hal tersebut menuntut manajemen perusahaan agar dapat segera mencari solusi dengan memilih berbagai alternatif dan kebijakan mengenai bagaimana produk yang dipasarkan dapat tetap bersaing di pasaran.

Manajemen perusahaan perlu melakukan analisis pasar yang mendalam untuk memahami tren, kebutuhan konsumen, dan preferensi pelanggan. Dengan memahami pasar dengan baik, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang baru dan mengantisipasi perubahan yang akan datang. Perusahaan yang ingin berkembang dan bertahan hidup harus mampu menghasilkan produksi yang tinggi dengan kualitas yang baik (Anugerah et al., 2017). Suatu perusahaan dituntut agar dapat menciptakan suatu inovasi produk yang baik, dan harganya pun lebih rendah atau paling tidak sama dengan harga yang ditawarkan oleh para pesaingnya. Untuk menghasilkan produk yang seperti itu, perusahaan harus berusaha sebisa mungkin mengurangi biaya yang harus dikeluarkan pada proses produksinya.

Menurut Hasen dan Mowen, bahwa biaya produksi merupakan biaya yang digunakan dalam mengubah bahan baku menjadi barang jadi (Idrawahyuni et al., 2020). Biaya produksi mencakup semua biaya yang terkait dengan proses produksi, mulai dari pengadaan bahan baku, tenaga kerja, hingga biaya overhead pabrik. Dengan memahami biaya produksi, perusahaan dapat mengelola dan mengendalikan biaya dengan lebih efektif. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan efisiensi produksi, menentukan harga jual yang kompetitif, dan mengambil keputusan yang tepat dalam pengembangan produk atau strategi bisnis.

Pada perusahaan manufaktur, biaya produksi dapat dibedakan menjadi biaya utama dan biaya konversi. Biaya utama terdiri dari bahan langsung dan upah langsung, sedangkan biaya konversi terdiri dari upah tidak langsung dan biaya tidak langsung (Juwita & Satria, 2017). Biaya produksi ini juga biasanya terdiri dari tiga unsur yaitu bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik. Dimana bahan baku langsung adalah semua bahan baku yang membentuk bagian integral dan produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk (Nafisah et al., 2021). Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu, sedangkan overhead pabrik merupakan semua biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke output tertentu. Oleh karena itu bagi perusahaan manufaktur, biaya produksi merupakan faktor penting dalam berhasil atau tidaknya perusahaan ditinjau dari segi finansial.

Biaya produksi merupakan pos biaya yang besar dibanding dengan pos biaya lainnya (Wiralestari et al., 2018). Perbandingan besaran biaya produksi terhadap biaya lainnya dapat bervariasi tergantung pada jenis industri dan karakteristik perusahaan. Pada beberapa industri, biaya produksi memang dapat menjadi pos biaya yang signifikan. Namun, ada juga industri lain di mana biaya lain seperti biaya pemasaran, biaya penelitian dan pengembangan, atau biaya administrasi mungkin memiliki peran yang lebih dominan.

Setiap perusahaan memiliki struktur biaya yang unik tergantung pada jenis bisnis, skala operasi, dan strategi bisnis yang diterapkan. Misalnya, perusahaan manufaktur dengan operasi yang intensif secara fisik mungkin memiliki biaya produksi yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan jasa yang memiliki biaya pekerjaan intelektual yang lebih tinggi. Namun demikian, biaya produksi tetap menjadi faktor penting dalam keberhasilan bisnis karena mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Manajemen yang efisien dalam mengendalikan biaya produksi, termasuk optimasi pengadaan bahan baku, pengelolaan efisien tenaga kerja, dan pengendalian biaya overhead pabrik, merupakan hal yang penting untuk menjaga keuntungan dan daya saing perusahaan. Jadi tujuan utama pengendalian biaya produksi adalah untuk

dapat mempergunakan sumber-sumber ekonomi untuk berproduksi secara efektif, sehingga tidak terjadi pemborosan biaya dalam berproduksi.

Perhitungan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting mengingat manfaat informasi harga pokok produksi adalah untuk menentukan harga jual yang akan disajikan dalam laporan posisi keuangan (Samsul, 2013). Harga pokok produksi merupakan kumpulan dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi. Harga pokok produksi penting untuk memberikan gambaran umum kepada manajemen tentang keseluruhan biaya produksi dan apakah biaya ini terlalu tinggi atau terlalu rendah (Saputra, 2018). Dengan lebih memahami biaya barang yang diproduksi, perusahaan dapat melakukan penyesuaian untuk memaksimalkan profitabilitas secara keseluruhan.

Perlu adanya kebijakan yang ditetapkan oleh perusahaan agar dapat mencapai laba yang maksimal. Kebijakan yang diterapkan dapat berupa perencanaan pengendalian biaya produksi (Dinda et al., 2021). Perencanaan dan pengendalian biaya produksi merupakan bagian integral dari manajemen keuangan perusahaan. Dengan menerapkan kebijakan yang tepat dalam hal ini, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi pemborosan, dan mencapai laba yang maksimal.

Kebijakan dalam pengendalian biaya produksi secara umum merupakan suatu strategi bagi perusahaan dalam merencanakan biaya produksi yang sesuai dalam rangka efisiensi dan efektivitas biaya (Juwita & Satria, 2017). Apabila terjadi perubahan-perubahan dukungan, maka diperlukan metode yang ideal sesuai dengan kondisi pasar dan kondisi perusahaan, sehingga perusahaan dapat memperoleh laba dan dapat mencapai tujuannya. Salah satu solusi yang dapat dilakukan agar perusahaan dapat memperoleh laba dan dapat mencapai tujuannya yaitu dengan menggunakan metode target costing. Target costing adalah strategi yang digunakan perusahaan untuk merencanakan harga produk baru berdasarkan harga yang kompetitif sebelum melakukan produksi, sehingga produk tersebut nantinya akan dapat memperoleh laba yang diharapkan (Samsul, 2013). Target costing memiliki kecenderungan reduksi biaya (*cost reduction*) yang ditentukan pada tahap perencanaan dan desain.

Menurut Supriyanto target costing adalah suatu sistem untuk mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap pengembangan dan perencanaan produk tertentu, perubahan modal secara penuh ataupun perubahan modal secara teratur (Adinegara, 2014). Target costing sering disebut *cost planning* atau *cost project* untuk mengurangi biaya produk secara keseluruhan sepanjang daur hidup produk yang bersangkutan. Penerapan target costing pada suatu perusahaan juga harus memerhatikan hal-hal yang berkaitan dengan keberhasilan implemetasi dari adanya inovasi tersebut.

Dalam penerapan target costing, interaksi yang efektif antara departemen produksi, perekayasa, riset dan pengembangan (R&D), pemasaran, dan bagian akuntansi sangat penting. Kolaborasi yang baik antara departemen-departemen ini memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuan target costing secara efektif. Interaksi yang efektif antara departemen-produk ini memungkinkan pertukaran informasi yang penting dalam proses pengembangan dan pengendalian biaya produksi. Sinergi antara departemen-departemen membantu memastikan bahwa target costing dapat tercapai dengan mengoptimalkan biaya produksi dan tetap memenuhi kebutuhan pelanggan.

Konsep target costing ini bertujuan untuk mengurangi biaya produk pada tahap perencanaan dan pendesainan produk sehingga memungkinkan perusahaan untuk mencapai pangsa pasar dari target laba yang diinginkan. Proses target costing tidak hanya sekedar menentukan target biaya, tetapi termasuk cara mencapai biaya dan mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Proses target costing juga merupakan proses manajemen bisnis multifungsi yang dapat diterapkan melalui siklus hidup produk.

Pandemi Covid-19 membawa banyak perubahan, tidak hanya di dunia tapi juga di Indonesia. Namun di kala banyak perusahaan yang tertatih dan akhirnya harus memutuskan untuk menghentikan produksi, ekosistem usaha mikro di Indonesia ternyata bertumbuh dengan cepat. Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) mengumumkan 2020 mencatat rekor pengajuan Nomor Induk Berusaha (NIB) terbanyak, di mana sebagian besarnya berasal dari sektor mikro. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan dalam rangka pemulihan ekonomi nasional dari dampak pandemi covid-19.

Fenomena yang sama terjadi di Kab. Gowa, berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Gowa terjadi peningkatan signifikan dari 7.233 pelaku UMKM pada 2019 yang terdiri dari 4.028 usaha mikro, 2.944 usaha kecil dan 261 usaha menengah menjadi 40,786 pelaku UMKM di 2020 yang terbagi 37.341 usaha mikro, 3.179 usaha kecil dan 266 usaha menengah. Selanjutnya pada 2021 tercatat 56.490 pelaku UMKM yang terdiri dari 53.045 usaha mikro, 3.179 usaha kecil dan 266 usaha menengah. Dan di awal 2022 tercatat 63.402 pelaku UMKM yang beroperasi. Hal ini menunjukkan persaingan yang semakin ketat juga lahir. Agar usaha mikro tersebut dapat berkembang maka salah satu teori yang dapat mendukung mereka adalah penerapan Target Costing. UD. Alif Meubel sebagai salah satu UMKM di Kab. Gowa termasuk yang merasakan dampak pandemi namun juga menghadapi tingkat persaingan yang lebih kompetitif. Jumlah pesanan menurun karena harga terkoreksi turun hingga beberapa pesanan akhirnya gagal mencapai kata sepakat.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai penerapan target costing sebagai upaya pengendalian biaya produksi, misalnya yang dilakukan oleh Yolanda T. Nangoy, Victorina Z. Tirayoh, Syermi S.E Mintalangi (2022) yang berjudul "Penerapan Target Costing sebagai Upaya Peningkatan Laba Pada UMKM Sumaru Endo Di Masa Pandemi Covid-19" dengan hasil penelitiannya yaitu, bahwa dengan perusahaan menerapkan target costing dapat digunakan untuk peningkatan laba pada UMKM Sumaru Endo di masa pandemi Covid-19. Hal tersebut dapat dilihat dari perbandingan total laba yang diperoleh sebelum dan sesudah diterapkannya target costing (Nangoy et al., 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian Dedy Akbar Herianto (2020) yang berjudul "Analisis Penerapan Target costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya produksi (Studi Kasus Pada UD Winda Di Malino Kabupaten Gowa)" dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa penerapan target costing pada UD Winda juga lebih efisien dibandingkan dengan yang dilakukan oleh perusahaan selama ini, dan merupakan alternatif yang baik bagi perusahaan untuk menekan biaya produksinya, dimana dengan menggunakan penerapan target costing, perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya (Idrawahyuni et al., 2020). Sedangkan penelitian oleh Sri Lestari (2013) berjudul "Penerapan Target Costing dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi pada PT. Bukaka Teknik Utama, Tbk" berkesimpulan bahwa penerapan target costing belum dapat meningkatkan efisiensi biaya produksi karena adanya keadaan tertentu (Lestari, 2013). Hal ini sesuai dengan

klaim Norhafizah, et. al. (2018) bahwa walaupun konsep dasar dari target costing tampak sederhana namun penerapannya tidaklah semudah itu. Sebelum mengadopsinya diperlukan pemahaman secara holistik atas proses bisnis sebuah perusahaan. Karena lingkungan, strategi dan struktur organisasi industri tertentu mempengaruhi sifat dari target costing itu sendiri, dibutuhkan modifikasi pada tahap tertentu agar hal ini dapat diterapkan sesuai dengan sumber daya, proses bisnis dan strategi perusahaan tersebut.

METODOLOGI

Pendekatan penelitian ini merupakan sebuah metode penelitian deskriptif kualitatif deskriptif, yaitu metode yang menggambarkan keadaan objek penelitian dengan mengumpulkan data relevan yang tersedia, kemudian disusun, dipelajari dan dianalisis lebih lanjut. Dengan data sekunder yang dapat diperoleh dari perusahaan yang berupa dokumen-dokumen perusahaan dan pencatatan yang erat kaitannya dengan masalah yang akan dibahas dan peneliti mengumpulkan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik terkait biaya produksi. Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif (non statistik), kemudian disusun, dipelajari dan dianalisis lebih lanjut. Analisis dilakukan berdasarkan kerangka teori berturut-turut adalah mendeskripsikan perhitungan biaya produksi yang dilakukan, menerapkan sistem target costing dan membandingkan perhitungan biaya produksi sebelumnya dengan perhitungan menggunakan target costing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Data-data yang diperlukan untuk penelitian ini salah satunya adalah data mengenai biaya produksi dari CV. GRV Interior Produk *Kitchen Set* yang terdiri atas:

1. Produk *Kitchen Set*

Kitchen set adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan dapur modern, yang terdiri dari perangkat dapur berbentuk kabinet untuk menyimpan alat-alat rumah tangga, khususnya perlengkapan dapur dan Produk *kitchen set* yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan produk *kitchen set* yang dihasilkan oleh CV. GRV Interior terdiri dari kabinet bawah dan atas berbahan utama MDF dengan dimensi bawah: 180 x 60 x 85 cm, dimensi kabinet atas : 180 x 33.5 x 50 (67) cm serta menggunakan *finishing* cat duco

2. Analisis Metode Standard Costing

Data yang digunakan dalam penelitian ini data mengenai biaya produksi yang terdiri dari:

a) Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya bahan baku langsung yang dibutuhkan untuk membuat *kitchen set* mencapai total Rp. 5.000,000. Dimna bahan baku langsung yang dibutuhkan antara lain:

- *Multiplek* atau *Playwood* : Bahan dasar yang digunakan untuk multiplek atau playwood adalah kulit kayu berlapis yang diproses dengan tekanan tinggi.

Kelebihan material ini yaitu memiliki ketahanan yang baik dari air sehingga cocok digunakan untuk dapur basah.

- *Medium Destity fiberboard* (MDF): jenis kayu olahan yang terbuat dari serbuk kayu yang dipress dengan kelebihan permukaannya yang halus dibanding dua bahan sebelumnya.
- *High pressure laminete* (HPL): bahan baku pelapis berbentuk lembaran yang digunakan sebagai penutup paling atas furniture atau mebel dengan kelebihan corak yang beragam dan ramah lingkungan.
- *Decosheet* : Pelapis lembaran ini terbuat dari bahan plastik yang lebih tipis dari HPL dan mudah dibentuk dengan kelebihan tidak mudah mengelupas.
- *Cat duco* : Tipe *finishing* paling mahak yang mampu membuat tampilan dapur lebih elegan dengan pilihan warna dan corak yang variatif serta mengilap.

b) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan akan dihitung proporsional berdasarkan produksi atas produk yang dimaksud selama masa produksi yang digunakan. CV. GRV Interior memiliki total tenaga kerja tetap 12 orang, *freelance* kurang dari 20 orang. Biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan CV. GRV Interior senilai Rp. 2.250,000.

c) Biaya *Overhead*

Biaya *overhead* yang dikeluarkan antara lain biaya bahan baku tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung. Biaya sewa bangunan kantor dan workshop, air dan telepon. Adapun besaran biaya *overhead* yang dikeluarkan sebesar 750,000.

Berdasarkan komponen biaya tersebut, maka biaya yang diperlukan untuk membuat produk *kitchen set* adalah:

Tabel 1. Harga Pokok Penjualan

Komponen Biaya	Nilai	Jenis Biaya
Bahan Baku Langsung		Biaya Variabel
1. <i>Multiplek</i> atau <i>Playwood</i>	1.650.000	
2. <i>Medium Destity fiberboard</i> (MDF): 180 x 60 x 85 cm	1.850.000	
3. <i>High pressure laminete</i> (HPL)	455.200	
4. <i>Decosheet</i>	651.970	
5. <i>Cat duco</i> 180 x 33.5 x 50 (67) cm	392.830	
Total Biaya Bahan Baku Langsung	5.000.000	
Tenaga Kerja Langsung	2.250.000	Biaya Tetap
Biaya Overhead		Biaya Variabel
1. Biaya bahan baku tidak langsung	219.700	
2. Tenaga kerja tidak langsung	220.000	
3. Biaya sewa bangunan kantor dan workshop	215.300	
4. Biaya air dan telepon	95.000	
Total Biaya Overhead	750.000	
Total	8.000.000	

Penerapan Target Costing pada CV. GRV Interior

Perhitungan *target costing* merupakan bagaimana proses penerapan metode *target costing* pada perusahaan lainnya. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian yang

dilakukan oleh Cynthia Indriani. Indriani et al. (2021) bahwa *target costing* memiliki lima tahapan yang terdiri atas :

1) Menentukan Harga Jual yang Kompetitif/ Harga Pasar

Saat ini ketertarikan pelaku usaha dalam bidang furnitur cukup ramai di daerah *Makassar* dan sekitarnya. Mereka menghasilkan beberapa jenis produk/barang yang dikerjakan namun pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada produk *kitchen set*. Karena produk tersebut yang memiliki potensi dalam memaksimalkan laba perusahaan serta dapat mengefisienkan dan mengefektifitaskan produk pelanggan dalam kebutuhan jangka panjang serta memberikan nilai manfaat yang cukup lama. Penetapan harga produk ini berbeda berdasarkan model kayu dan ukuran bahan baku langsung yang digunakan. Untuk harga pasar yang digunakan sebagai pembanding atas produk yang menjadi objek penelitian, peneliti menggunakan harga dari salah satu toko furnitur berskala nasional yang juga memiliki toko di *Makassar* yaitu PT. Informa dimana produk yang dimaksud bernama *Dalton Kitchen Set* seharga Rp. 10.499.000,-. Produk ini dipilih karena memiliki spesifikasi teknis yang paling mirip dengan objek penelitian. Saat ini Usaha CV. GRV Interior memiliki beberapa jenis produk mebel yang dikerjakan, namun pada penelitian ini penulis memfokuskan pada produk *Kitchen Set* dengan ukuran 180 x 90 dan 180 x 140 seharga Rp. 9.680.000, karena produk tersebut yang paling tinggi tingkat permintaannya tetapi produk tersebut mengalami kendala dalam pemaksimalan laba.

2) Menentukan Laba yang Diharapkan

Berdasarkan hasil *wawancara* yang telah dilakukan target laba yang diharapkan adalah 25% dari harga jual per unit produk. Karena setelah semakin kompetitifnya dunia usaha furnitur, penerapan dalam target laba mereka cukup fleksibel antara lain melihat faktor-faktor tertentu dalam menentukan keuntungan mereka. Dampaknya penetapan harga mereka bisa jadi berubah sewaktu-waktu dikarenakan faktor tertentu tersebut.

3) Menghitung Biaya Target (*target cost*)

Menurut Malue (Malue, 2013) menggunakan metode *target costing* biaya produksi yang seharusnya dipenuhi oleh bisa dilihat dengan menggunakan formula/rumus berikut ini:

$$TC_i = P_i - M_i$$

Keterangan :

TC_i = Taret Costing per unit produk

P_i = Harga Jual per unit produk

M_i = Margin Laba per unit produk (25% x penetapan harga jual)

Berdasarkan formula di atas, maka biaya produksi menggunakan metode target costing dengan laba sebesar 25% dari harga jual dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 2. Harga Pokok Produksi (TC)

TC _i	=	P _i (Harga Jual per unit produk)	-	M _i = Margin Laba per unit produk
TC _i	=	9.680.000	-	(25% x 9.680.000)
TC _i	=	9.680.000	-	2.420.000
TC _i	=	7.260.000		

- 4) Menggunakan Rekayasa Nilai (*value engineering*) untuk mengidentifikasi cara yang dapat menurunkan biaya produk.

Evaluasi sistematis atas *design engineering* suatu proyek untuk mendapatkan nilai yang paling tinggi bagi setiap uang yang dikeluarkan dan mengkaji serta memikirkan berbagai komponen kegiatan dalam kaitannya antara biaya terhadap fungsinya dengan tujuan untuk mendapatkan penurunan biaya proyek secara keseluruhan. Dalam membahas tahap pelaksanaan (*value engineering*) manajemen perlu membuat suatu rancangan produk yang dapat diproduksi secara efisien dan memuaskan kebutuhan konsumen. Maka pada tahap ini peran penting dalam aspek-aspek pelanggan perlu diterapkan. Sebagai contoh untuk memberikan kemudahan manajemen dalam merancang produk, perlu disusun segala kemungkinan yang dapat mempengaruhi keinginan pembeli terhadap furnitur. Seperti misalnya keunikan bentuk yang dirancang secara khusus, partisi sesuai kebutuhan konsumen, pemilihan *finishing* yang dapat mempengaruhi masa manfaat juga nilai estetika produk, kepraktisan dalam pemeliharannya, dan lain sebagainya.

- 5) Menggunakan *Kaizen Costing* dan Pengendalian Operasional untuk terus menurunkan biaya.

Perbandingan dari perhitungan biaya produksi maupun non produksi menggunakan metode *target costing* dan metode tradisional dapat diketahui bahwa perusahaan telah menggunakan biaya lebih besar daripada target biaya yang harus dikeluarkan agar tercapai laba yang diinginkan yaitu sebesar 25%.

Penerapan Rekayasa nilai dan Efisiensi Biaya Produksi pada CV. GRV Interior

Rekayasa nilai merupakan langkah awal penerapan hasil metode target costing. Analisis rekayasa nilai menggunakan acuan biaya yang efisien berdasarkan perhitungan target costing. Upaya penurunan biaya dengan rekayasa nilai (*value engineering*) produk pada tahap desain sangat menentukan karena sebagian besar biaya produk ditentukan dan diantisipasi pada tahap desain (Supriatna, 2010). Pada tahap rekayasa nilai ini perusahaan melakukan evaluasi biaya apa yang diefisienkan untuk mencapai laba yang diinginkan atau laba yang telah ditargetkan. Rekayasa nilai ini digunakan untuk menurunkan biaya produk.

Tabel 3. Perbandingan Profit

Metode Pendekatan Biaya	Harga Jual	Harga Pokok Produksi	Profit	
			Rp	%
Current	9.680.000	8.000,000	1.680,000	17.36%
Target Costing	9.680,000	7.260,000	2.420,000	25.00%

Berdasarkan data yang diperoleh dan disebutkan sebelumnya dalam wawancara sederhana yang telah dilakukan, harga pokok produksi sebesar Rp. 8.000,000,- dan harga jual Rp. 9.680,000,- sehingga besaran profit/laba yang diterima adalah 17.36%.

Setelah melakukan perhitungan menggunakan metode target costing diperoleh nilai harga pokok sebesar Rp. 7.260,000,- sehingga apabila dibandingkan dengan HPP sebelumnya maka diperoleh nilai efisiensi biaya sebesar 9.75% seperti pada tabel 4.

Tabel 4. Efisiensi Biaya

Komponen Biaya	HPP Target Costing	Efisiensi Biaya	
		Rp	%

Bahan Baku Langsung			
1. <i>Multiplek</i> atau <i>Playwood</i>	1.455.000	195.000	2,44%
2. <i>Medium Destity fiberboard</i> (MDF): 180 x 60 x 85 cm	1.700.000	150.000	1,88%
3. <i>High pressure laminete</i> (HPL)	400.000	55.200	0,69%
4. <i>Decosheet</i>	505.000	146.970	1,84%
5. <i>Cat duco</i> 180 x 33.5 x 50 (67) cm	200.000	192.830	2,40%
Total Biaya Bahan Baku Langsung	4.260.000	740.000	9,25%
Tenaga Kerja Langsung	2.250.000	0	0
Biaya Overhead			
1. Biaya bahan baku tidak langsung	219.700	0	0
2. Tenaga kerja tidak langsung	220.000	0	0
3. Biaya sewa bangunan kantor dan workshop	215.300	0	0
4. Biaya air dan telepon	95.000	0	0
Total Biaya Overhead	750.000	0	0
Total	7.260.000	740.000	9,25%

Dari hasil tersebut dapat membuktikan bahwa metode *target costing* dapat meminimalisir biaya produksi dengan penerapan *target costing*, perusahaan dapat mengatur secara sistematis biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Sehingga harga jual yang ditetapkan dapat sesuai dengan standar harga pasaran dan dapat bersaing dengan kompetitor lain. Oleh karena itu, dalam menetapkan harga pasar, pelaku usaha harus melakukan analisa pasar atas produk yang mereka jual sehingga perusahaan dapat mengetahui kebutuhan produk di pasaran dan persaingan harga dengan kompetitor. Selain itu, dengan menerapkan *target costing* perusahaan dapat memproduksi barang yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga barang yang diproduksi dapat laku secara maksimal. Hal ini bahan baku CV. GRV Interior diperoleh dari supplier pemasok bahan baku material dari daerah sekitar agar perusahaan membeli bahan baku yang harganya dibawah harga bahan baku sebelumnya namun tanpa mengurangi kualitas barang, ada banyak supplier menjual bahan baku dengan harga yang rendah namun kualitas tetap sama dan tentunya, dengan menerapkan *target costing* CV. GRV Interior dapat mencapai target perolehan labanya sebesar 9,25% untuk penjualan satu unit *kitchen set*.

Peranan Target costing untuk meningkatkan laba produksi pada CV. GRV Interior

Hasil perbandingan laba setelah melakukan rekayasa nilai (Value Engineering) menunjukkan bahwa, pengelola CV. GRV Interior dapat melakukan perencanaan ulang dalam pengeluaran 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. Penegelola CV. GRV Interior dapat melakukan efisiensi biaya produksi sebesar Rp 740.000,- jika pengelola usaha menggunakan metode *target costing*. Sebelum menggunakan *target costing* perusahaan tersebut membutuhkan biaya sebesar Rp. 8.000.000,- untuk satu *Kitchen set* per unit dan setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan metode *target costing* pengelola CV. GRV Interior mampu meminimalisir biaya produksinya

menjadi Rp. 7.260.000,- . Dengan metode target costing perusahaan akan dapat lebih mudah untuk mencapai laba yang ditargetkan dengan perolehan laba yaitu sebesar 9,75% dari setiap penjualannya yang sebelumnya.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan target costing dapat meminimalisir biaya produksi, dengan penerapan target costing perusahaan dapat mengatur secara sistematis biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Sehingga harga jual yang ditetapkan dapat sesuai dengan standar harga pasaran dan dapat bersaing dengan kompetitor lain. Oleh karena itu, dalam menetapkan harga pasar, pelaku usaha harus melakukan analisa pasar atas produk yang mereka jual sehingga perusahaan dapat mengetahui kebutuhan produk di pasaran dan persaingan harga dengan kompetitor. Selain itu, dengan menerapkan target costing perusahaan dapat memproduksi barang yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga barang yang diproduksi dapat laku secara maksimal. Hal ini sejalan dengan salah satu sistem penjualan yang dilakukan oleh CV. GRV Interior. Dan tentunya, dengan menerapkan target costing CV. GRV Interior dapat mencapai target perolehan labanya sebesar 9,75% untuk penjualan satu unit kitchen set.

Berdasarkan persentase laba yang dicapai, maka penerapan target costing pada CV. GRV Interior dapat dijadikan alternatif dalam upaya pengendalian biaya produksi. Kalkulasi biaya-biaya pada sub-bab sebelumnya merupakan gambaran atau deskripsi dari penerapan metode target costing sebagai alternatif yang penulis rekomendasikan kepada perusahaan agar dapat menekan biaya produksinya guna mendapatkan keuntungan sesuai dengan target laba yang diinginkan perusahaan, jika perusahaan ingin mendapatkan keuntungan maksimum perusahaan perlu mengaplikasikan metode tersebut, namun semua keputusan adalah hak dari kepala perusahaan untuk menerapkan metode apa yang harus digunakannya agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.

Biaya target per unit adalah harga target dikurangi penghasilan operasi target per unit. Penghasilan operasi target per unit adalah penghasilan operasi yang merupakan sasaran yang ingin diperoleh perusahaan per unit produk atau jasa yang dijual. Biaya target per unit adalah perkiraan biaya jangka panjang per unit atas sebuah produk atau jasa yang membuat perusahaan mampu mencapai penghasilan operasi target per unit saat menjual pada harga target, sebuah penentuan harga berbasis pasar adalah penentuan harga target. Pada rencana dan kebijakan perusahaan sebelumnya yang sifatnya masih sederhana dan tidak terdapat perencanaan manajemen yang baik untuk mengendalikan biaya yang seharusnya dikeluarkan perusahaan, perusahaan-perusahaan hanya terfokus pada penyediaan bahan baku utama berupa kayu yang harus selalu tersedia ketika perusahaan akan memproduksi sebuah produk, tanpa memberi rencana yang tepat bahwa dalam kurun waktu tertentu perusahaan harus memiliki berapa banyak persediaan bahan baku. Kejadian tersebut menyebabkan tidak terkendalinya biaya-biaya yang seharusnya terjadi, sehingga perusahaan sulit untuk merencanakan berapa banyak atau berapa jumlah keuntungan yang seharusnya menjadi target perusahaan. Begitu pula dalam menentukan harga jual atau dalam perhitungan biaya produksi, sebelumnya perusahaan menerapkan kebijakan yang tergolong metode traditional cost.

Perusahaan hanya melihat biaya-biaya yang langsung terjadi ketika melakukan aktifitas produksi, tanpa melihat faktor biaya lain seperti biaya overhead pabrik.

Harga produk yang terjadi pun hanya didapat dari pengakumulasian biaya-biaya yang langsung terjadi dan harga ditentukan sesuai berkembangnya harga di pasaran. Berdasarkan hasil penelitian dalam menerapkan metode target costing pihak CV. GRV Interior dapat merencanakan bagaimana mendesain ulang biaya sedemikian rupa mulai dari mengganti faktor-faktor yang mempengaruhi tingginya biaya yang terjadi pada desain biaya produk sebelumnya. Harga target yang dihitung dengan menggunakan informasi dari pelanggan dan pesaing menjadi dasar untuk menghitung biaya target. Sehingga dapat dijadikan tolak ukur dimana perusahaan dapat dengan mudah melihat sejauh mana perusahaan menentukan standarisasi harga dan kualitas produk. Melalui pengendalian biaya, penerapan target costing dilakukan dengan mengidentifikasi berapa harga yang diinginkan pasar dan kemudian mendesain produk yang bersedia dibayar oleh pasar tersebut. Dalam hal ini perusahaan menetapkan harga jual yang terbaru dan masih berlaku pada pasar dari produk tersebut, maka dari itu dengan metode target costing perusahaan akan dapat lebih mudah untuk mencapai laba yang ditargetkan yaitu sebesar 25% dari setiap satu unit produk yang dipasarkan.

Penelitian sebelumnya yang juga mengemukakan keberhasilan penerapan target costing dalam pengendalian biaya dengan menggunakan rekayasa nilai (*value engineering*) yang dilakukan oleh Amilatussaadah yang menyimpulkan bahwa penerapan target costing melalui rekayasa nilai terbukti efisien sehingga laba yang diinginkan pemilik usaha dapat tercapai (Amilatussaadah et al., 2021). Target costing adalah proses perencanaan biaya yang dimulai dengan menentukan harga jual yang diinginkan untuk produk atau layanan, kemudian menentukan biaya yang dapat diterima untuk mencapai laba yang diinginkan.

Rekayasa nilai adalah langkah penting dalam penerapan target costing. Hal ini melibatkan analisis mendalam terhadap fungsi-fungsi produk dan mencari cara-cara alternatif untuk mencapai fungsi-fungsi tersebut dengan biaya yang lebih rendah. Dalam rekayasa nilai, tim produk akan mengevaluasi setiap komponen produk dan mempertimbangkan berbagai alternatif yang dapat mengurangi biaya tanpa mengorbankan kualitas atau kinerja.

Dengan menggunakan penerapan target costing melalui rekayasa nilai, beberapa manfaat dapat diperoleh. Pertama, pemilik usaha dapat memiliki visi yang jelas tentang laba yang ingin dicapai, sehingga dapat mengarahkan upaya bisnis secara efektif. Kedua, dengan menentukan harga jual terlebih dahulu, perusahaan dapat menyesuaikan biaya produksi agar sesuai dengan target tersebut. Hal ini memastikan bahwa produk atau layanan yang dihasilkan memiliki harga yang kompetitif di pasar.

Selain itu, dengan melakukan rekayasa nilai, perusahaan dapat mengidentifikasi komponen-komponen yang tidak memberikan nilai tambah yang signifikan pada produk dan mencari cara untuk mengurangi biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas. Misalnya, penggunaan bahan alternatif yang lebih murah namun tetap memenuhi persyaratan kualitas. Namun, penting untuk diingat bahwa penerapan target costing melalui rekayasa nilai tidak selalu mudah dilakukan. Membutuhkan kerja tim yang efektif, pengetahuan mendalam tentang produk dan proses produksi, serta komunikasi yang baik antara departemen yang terlibat. Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan masukan pelanggan dan memastikan bahwa produk atau layanan yang dihasilkan tetap memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Dalam kesimpulannya, penerapan target costing melalui rekayasa nilai adalah pendekatan yang efisien untuk mencapai laba yang diinginkan pemilik usaha. Dengan

menetapkan harga jual terlebih dahulu dan melakukan rekayasa nilai, perusahaan dapat mengurangi biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas atau kinerja produk. Namun, perlu diperhatikan bahwa penerapan ini membutuhkan kerja tim dan pengetahuan yang mendalam tentang produk dan proses produksi.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sri Lestari menunjukkan bahwa penerapan target costing belum dapat meningkatkan efisiensi biaya. Hal ini terjadi karena adanya suatu kontrak antara perusahaan dengan perusahaan lain, yang mana apabila sudah terjadi kontrak dan biaya yang dikeluarkan perusahaan lebih besar dari target berarti perusahaan mengalami kerugian (Lestari, 2013). Hal ini sejalan dengan klaim Norhafizah, et. Al. (2018) bahwa walaupun konsep dasar dari target costing tampak sederhana namun penerapannya tidaklah semudah itu. Sebelum mengadopsinya diperlukan pemahaman secara holistik atas proses bisnis sebuah perusahaan. Karena lingkungan, strategi dan struktur organisasi industri tertentu mempengaruhi sifat dari target costing itu sendiri, dibutuhkan modifikasi pada tahap tertentu agar hal ini dapat diterapkan sesuai dengan sumber daya, proses bisnis dan strategi perusahaan tersebut.

Umumnya target costing memang dipandang memiliki pengaruh yang bermanfaat terhadap penurunan biaya dan mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan. Tetapi di samping itu, target costing menimbulkan beberapa efek samping yang merugikan sebagaimana hasil penelitian Yutaka Kato, Germain Boer dan Chee Chow (Supriatna, 2010). Salah satu risiko utama dalam target costing adalah penurunan kualitas produk atau layanan. Jika fokus utama adalah mencapai biaya yang lebih rendah, ada kemungkinan bahwa beberapa fitur atau karakteristik produk yang penting dapat dikorbankan. Jika pengorbanan kualitas terlalu besar, ini dapat mengurangi kepuasan pelanggan dan mengganggu reputasi perusahaan

SIMPULAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa harga pokok produksi yang dikeluarkan selama ini atas produk yang diteliti adalah Rp 8.000,000,- dengan harga jual Rp 9.680,000. Berdasarkan perhitungan peneliti, setelah melakukan simulasi penerapan metode target costing nilai harga pokok produksi yang diperoleh senilai Rp 740,000,- atau sebesar 9,25%. Pengendalian terhadap penggunaan bahan baku berperan penting. efisiensi biaya ini tidak mengakibatkan adanya perubahan kualitas atas produk yang dihasilkan, sehingga metode target costing dapat digunakan sebagai alat pengendalian biaya produksi dan akhirnya mengoptimalkan biaya serta meningkatkan daya saing di pasar.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diuraikan sebelumnya dan disimpulkan, oleh karena itu terdapat beberapa saran yang diajukan peneliti: 1) Penelitian lebih lanjut dapat menggunakan sampel produk yang lebih banyak, dengan rentang data yang lebih panjang. 2) Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode pengendalian biaya lainnya sebagai variabel tambahan agar hasil penelitian menjadi lebih komperhensif. 3) Untuk mencapai Target Costing yang diinginkan, maka disarankan kepada CV. GRV Interior untuk mengontrol penggunaan bahan baku dan bahan baku pendukung dalam proses produksi pembuatan Kitchen Set. Ini dilakukan untuk menghindari bahan baku dan pendukung yang terbuang percuma. Membeli bahan baku yang harganya dibawah harga bahan baku sebelumnya namun tanpa

mengurangi kualitas barang, ada banyak supplier menjual bahan baku dengan harga yang rendah namun kualitas tetap sama

Referensi :

- Adinegara, R. R. (2014). *Target Costing Untuk Produk Almari Pada UD Mulya*. UAJY. <http://e-journal.uajy.ac.id/5635/>
- Amilatussaadah, A., Widiyanti, H., & Amaliyah, F. (2021). *Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba*. Politeknik Harapan Bersama Tegal. <http://eprints.poltektegal.ac.id/276/>
- Anugerah, E. G., Wahyuni, N. I., & Mas' ud, I. (2017). Penerapan Target Costing dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 19–23. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4554>
- Dinda, B. M. A., Yulinartati, Y., & Maharani, A. (2021). Analisis Penerapan Target Costing dalam Upaya Pengendalian Biaya Produksi pada CV Multi Bangunan. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(2), 220–228. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i2.31494>
- Idrawahyuni, I., Adil, M., Nasrun, M., & 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). <http://dx.doi.org/10.35906/je001.v9i2.562>
- Indriani, C., Taufiq, A. B., & Rahmi, A. (2021). Analisis Penerapan Target Costing dalam Perencanaan Biaya Produksi untuk Peningkatan Laba pada UKM Hidup Baru Steel Tahun 2017. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 6(4). <https://jom.unpak.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/1559>
- Juwita, R., & Satria, M. R. (2017). Penerapan target costing dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk peningkatan laba produk. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 1(2). <http://dx.doi.org/10.33603/jka.v1i2.701>
- Lestari, S. (2013). *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT Bukaka Teknik Utama Tbk*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan.
- Malue, J. (2013). *ANALISIS PENERAPAN TARGET COSTING SEBAGAI SISTEM PENGENDALIAN BIAYA PRODUKSI PADA PT CELEBES MINA PRATAMA*. 1(3), 949–957. <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.1904>
- Nafisah, N., Dientri, A. M., Darmayanti, N., Winarno, W., & Hairudin, H. (2021). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Dan Variable Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk. *J-MACC : Journal of Management and Accounting*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.52166/j-macc.v4i1.2400>
- Nangoy, Y. T., Tirayoh, V. Z., & Mintalangi, S. S. E. (2022). Penerapan Target Costing Sebagai Upaya Peningkatan Laba Pada Umkm Sumaru Endo Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 570–579. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42613>
- Samsul, N. H. (2013). Penentuan Harga Jual Perusahaan Dengan Metode Full Costing Pada PT. Danliris Di Sukoharjo. *Jurnal EMBA*, 1(3), 366–373, ISSN 2303-1174. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/10297>
- Saputra, V. S. Z. (2018). Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 02(03), 0–6.

- Supriatna, I. (2010). Tinjauan Penerapan Target Costing Dan Upaya Cost Reduction Pada Industri Garmen. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 2(2), 291-313.
- Wiralestari, W., Firza, E., & Mansur, F. (2018). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Menggunakan Full Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pempek pada UMKM Pempek Masayu 212. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 2(1), 46-52. <https://doi.org/10.22437/jkam.v2i1.5430>