

Penerapan Metode *Target Costing* dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi untuk Meningkatkan Laba Umkm pada UMKM Sinar Terang Awning

Nisfa Nisfiani M. Sidik^a, Gatot Wahyu Nugroho^b

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sukabumi
Jalan Jenderal A Yani 92 Sukabumi Shopping Centre Bl A Lt Dasar/5-6 43111 Sukabumi, Jawa Barat,
Indonesia^{a,b}
nisfanisfiani@gmail.com

ABSTRAK

Kurangnya pengalaman dalam mengembangkan usaha menyebabkan persaingan harga jual yang ketat. *target costing* adalah sebuah metode perhitungan untuk meningkatkan selisih antara jumlah biaya produksi perusahaan dengan tingkat harga jual perusahaan. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan metode *target costing* dalam upaya efisiensi biaya produksi sehingga dapat meningkatkan Laba UMKM pada UMKM Sinar Terang Awning. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data berasal dari data primer dan data sekunder. pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Validasi data dengan triangulasi yaitu membandingkan dari data biaya produksi dengan hasil wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan metode *target costing* melalui rekayasa nilai, UMKM Sinar Terang Awning dapat meningkatkan laba dengan selisih 5,92%. Dan dapat menghemat biaya produksi dari Rp 57.744.162 menjadi Rp 53.870.160. Sehingga UMKM Sinar Terang Awning dapat menghasilkan laba yang maksimal dengan penggunaan biaya produksi yang efektif.

Kata kunci: Biaya produksi; Laba; Target Costing

Application of Target Costing Method in Production Cost Efficiency Efforts to Increase SME's Profits at Sinar Terang Awning

ABSTRACT

Lack of experience in developing a business causes intense selling price competition. *Target costing* is a calculation method to increase the difference between the company's total production costs and the company's selling price. So this study aims to find out how to apply the *target costing* method in an effort to increase production cost efficiency so that it can increase MSME Profits at MSME Sinar Terang Awning. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Sources of data come from primary data and secondary data. data collection by observation, interviews and documentation. Validation of data by triangulation is to compare the production cost data with the results of interviews. The results showed that by applying the *target costing* method through value engineering, Sinar Terang Awning MSME could increase profits by a difference of 5.92%. And can save production costs from Rp 57,744,162 to Rp 53,870,160. So that MSME Sinar Terang Awning can generate maximum profit by using effective production costs.

Keywords: Production Costs; Profits; Target Costing

PENDAHULUAN

Kemajuan zaman yang terus berkembang, Membuat seluruh aktivitas bisnis harus mampu bersaing untuk memberikan nilai yang berkualitas dengan biaya efisien. Terutama UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang memiliki peran cukup signifikan dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Dikarenakan di Indonesia lebih banyak pelaku UMKM dibandingkan usaha industri yang berskala besar. (liputan6, 2021) Menteri perdagangan (Mendag) Muhammad Lutfi mengungkapkan bahwa terdapat tiga tantangan utama yang sering dihadapi pelaku UMKM di Indonesia, hal ini menjadi permasalahan yang sering dihadapi UMKM yaitu: Pertama, kurangnya pengalaman dalam mengembangkan usaha sehingga mengakibatkan sulitnya beradaptasi terhadap perkembangan ilmu

pengetahuan dan teknologi. Kedua, minimnya *networking* sehingga ruang lingkup pemasaran produk atau jasa terbatas. Ketiga, kurangnya pendanaan menyebabkan pelaku UMKM sulit untuk berinovasi karena keterbatasan dana. Dari ketiga tantangan tersebut menyebabkan UMKM sulit untuk berkompetisi dengan baik. Dalam beberapa kasus di pasar terdapat kompetitor yang menjual produk dan jasa dengan menetapkan harga jual tertentu dibawah harga pasar. Tidak terkecuali usaha pembuatan serta pemasangan bahan bangunan siap pasang seperti atap aluminium (*awning*) dan atap bahan kain (*Canopy*).

UMKM Sinar Terang Awning merupakan UMKM yang bergerak dibidang perdagangan eceran pembuatan serta pemasangan *awning* dan kanopi. Berdasarkan data yang dicatat oleh (jakarta.bps.go.id, 2021) Tentang sensus ekonomi tahun 2016 diketahui bahwa perdagangan besar dan eceran yang didalamnya termasuk usaha perdagangan eceran pembuatan serta pemasangan atap aluminium (*awning*) dan pemasangan atap dari bahan kain (Kanopi) dengan kategori jumlah usaha yang termasuk kedalam kelompok pendapatan 300 juta sampai dengan 2,5 miliar sebanyak 140.075 usaha. Lebih kecil dibandingkan kelompok pendapatan kurang dari 300 juta dengan jumlah sebanyak 282.011. Hal ini terjadi karena persaingan harga jual dalam usaha pemasangan di bidang *awning* dan kanopi sangat ketat, setiap usaha bersaing untuk menjual barang atau jasa lebih rendah dari harga pasar agar konsumen tertarik sehingga memilih UMKM tersebut.

(Satriani and Kusuma 2020:438) Harga jual yang terlalu tinggi akan menurunkan daya beli konsumen, sebaliknya harga jual yang rendah dapat mempengaruhi penjualan UMKM, sehingga berpengaruh terhadap laba. Laba merupakan imbalan atas upaya UMKM dalam menghasilkan produk atau jasa. (Manullang and Putri 2021:2 dalam Sujarweni (2015)) Terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi laba yaitu biaya produksi, harga jual serta volume penjualan

Biaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi laba sehingga menjadi unsur yang paling penting dalam menjamin UMKM melakukan persaingan di pasar. Setiap pelaku usaha, memiliki tujuan yang paling utama yaitu memperoleh laba yang tinggi. Hal ini sejalan dengan prinsip ekonomi yaitu memperoleh laba semaksimal mungkin dan meminimalkan biaya seminimal mungkin tanpa mengurangi kualitas yang terdapat dalam produk dan jasa tersebut. Namun, permasalahan yang dihadapi saat ini yaitu ketika UMKM hanya mengedepankan kualitas produk dan jasa tanpa meninjau persaingan harga jual, maka dikhawatirkan UMKM akan kalah dalam persaingan harga jual sehingga mengakibatkan tidak tercapainya perolehan laba yang maksimal.

(Wuysang and Pusung 2019:2) Masalah yang sering dihadapi oleh UMKM adalah proses pembebanan biaya. UMKM harus mengetahui bagaimana proses pembebanan biaya yang akurat dan tepat sehingga dapat meningkatkan efisiensi terhadap biaya produksi. Efisiensi biaya ini sendiri adalah biaya yang tidak diperlukan pada saat kita memproduksi maupun tidak memproduksi. Hasil produksi yang tinggi akan tercapai apabila UMKM menghasilkan efisiensi biaya produksi yang rendah. Karena harga barang atau jasa mengakibatkan meningkatnya biaya produksi sehingga berdampak pada harga jual serta menyebabkan penurunan daya beli masyarakat. (Putra 2018:19) Keseimbangan biaya produksi bisa mencapai antara 70 – 90% dari total biaya penjualan secara totalitas. Sehingga pengurangan biaya produksi lewat peningkatan efisiensi akan menghasilkan harga jual yang sudah ditetapkan oleh UMKM dapat menjadi lebih kompetitif.

(Wardani 2019:2) UMKM perlu memiliki perencanaan-perencanaan yang strategis, salah satu perencanaan yang baik dengan menggunakan metode *Target costing*. (Wardani 2019:7 dalam Rudianto (2013)) *Target costing* berguna bagi UMKM karena Sistem *target costing* membuat UMKM menjadi lebih kompetitif. *Target costing* bentuk strategi umum dalam persaingan ketika menghadapi persaingan yang sangat ketat dimana perbedaan harga yang kecil saja dapat menggerakkan konsumen untuk berpaling kepada produk lain atau produk penggantinya. *Target costing* merupakan perencanaan biaya yang berujung pada pengurangan biaya, bukan pengendalian biaya.

Melihat keunggulan dari metode *target costing* penulis berharap bahwa UMKM dapat menjual barang atau jasa dengan harga yang kompetitif tanpa mengurangi nilai atau kualitas yang diberikan kepada konsumen. Dalam penelitian ini akan membandingkan perhitungan sebelumnya sesuai dengan yang dilakukan oleh UMKM Sinar Terang Awning dengan perhitungan menggunakan metode *target costing* untuk memperoleh laba yang maksimal serta menurunkan biaya produksi menjadi lebih efisien. Sehingga dari hal tersebut dapat diketahui penerapan metode *target costing* dalam upaya efisiensi biaya produksi untuk meningkatkan laba UMKM pada UMKM Sinar Terang Awning.

KAJIAN PUSTAKA

Laba

(Siallagan 2020:228) Laba adalah perubahan dalam ekuitas dari satu kesatuan usaha dari dua titik waktu yang berbeda, kecuali perubahan yang disebabkan oleh investasi, karena dan distribusi kepada pemilik, dimana modal dinyatakan dalam nilai dan didasarkan pada skala tertentu. Laba dibagi menjadi beberapa bagian, salah satunya laba usaha. (Hidayat 2018:24) Laba Usaha (operating profit) yaitu laba sesudah dipotong dengan biaya-biaya usaha. (Niedar et al. 2022:29) Untuk mengetahui laba yang dihasilkan dari sebuah usaha, dapat dihitung melalui konsep dasar perhitungan laba sebagai berikut :

$$\text{Laba} = \text{Total Pendapatan} - \text{Total Biaya}$$

Biaya Produksi

(Mulyadi 2018:8) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang dinilai dalam satuan uang, yang sudah terjadi atau belum terjadi untuk suatu tujuan tertentu. (Hariyani 2018:11) Biaya produksi adalah biaya yang digunakan untuk membuat atau mengolah bahan baku hingga menjadi barang setengah jadi ataupun barang jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu sebagai berikut: biaya bahan baku langsung (*direct material*), biaya tenaga kerja langsung (*direct labor*) dan biaya *overhead* pabrik (*factory overhead*).

Target Costing

(Hurriyaturrohmah et al. 2022:13) *Target costing* adalah Teknik manajemen untuk melakukan reduksi biaya produk agar harga kompetitif dan perusahaan akan mendapatkan laba yang diinginkan. (Rudianto 2013:148) *Target costing* lebih cocok digunakan untuk perusahaan yang mengarah pada pembuatan aneka macam produk dalam jumlah sedang dan sedikit dibandingkan dalam industri yang mengarah pada proses yang ditandai dengan produksi yang terus-menerus dan bersifat massal. Serta *target costing* bertujuan untuk memotong biaya-biaya, bukan untuk mengendalikan biaya. Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan dalam mengimplementasikan *target costing* yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan harga jual yang kompetitif
(Hariyani 2018:6) Penetapan harga jual merupakan penentuan harga yang akan dibayarkan oleh konsumen serta diperoleh atau dihitung dari biaya produksi dan ditambahkan antar pusat pertanggungjawaban dalam perusahaan.
2. Menentukan target laba yang diharapkan
Perusahaan harus menetapkan harga jual produk per unit karena harga jual per unit sangat mempunyai dampak terhadap laba per unit produk atau jasa yang ingin dihasilkan.
3. Menghitung target biaya
Perusahaan menghitung biaya produk yang dianggap sesuai dengan keadaan pasar, menetapkan laba yang diinginkan, baru kemudian menetapkan harga jual produk tersebut kepada masyarakat.

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

4. Menggunakan rekayasa nilai (*value engineering*)
Rekayasa nilai adalah segala upaya yang dianggap diperlukan untuk memodifikasi produk perusahaan dengan biaya yang lebih rendah tetapi tetap disertai upaya untuk memberikan nilai (*value*) yang optimal kepada pelanggan.
5. Menggunakan *kaizen costing* dan pengendalian operasi
Kaizen costing berarti metode perhitungan biaya di mana secara terus menerus berupaya mencari cara baru untuk menurunkan biaya dalam proses pembuatan produk dengan desain dan fungsionalitas yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data secara gabungan. Wawancara dilakukan dengan dua orang informan, yaitu pemilik UMKM Sinar Terang Awning dan pegawai dibagian proses produksi. Validasi data dilakukan dengan triangulasi yaitu membandingkan antara data biaya produksi dengan

hasil wawancara. Teknik analisis data dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisa

Data-data yang dibutuhkan untuk penelitian ini data mengenai biaya produksi dari Sinar Terang Awning. Karena Kanopi bahan kain mempunyai tingkat penjualan hampir 90% dari tahun ke tahun, maka data yang diambil hanya sebanyak 3 pesanan yaitu:

1. Kanopi Bahan Kain Volume 30 Meter
Kanopi bahan kain ini dipesan oleh Bapak Khaerul yang akan dipasang di Restoran Abang Turki Turkish Street Food berlokasi di Jl Sungai Sambas 3, Kebayoran baru, Kota Jakarta Selatan.
2. Kanopi Bahan Kain Model Payung
Kanopi kain model payung mempunyai volume 9,50 meter dengan jumlah 6 unit sehingga total volumenya 57 meter. Yang dipesan oleh Bapak Agus lokasi pemasangan di Roofpark Café dan Restaurant beralamat di Jl. Raya Pajajaran No.3 Kecamatan Bogor Tengah Kota Bogor.
3. Kanopi Bahan Kain Volume 16 Meter
Sama halnya dengan kanopi model payung, pemasangan kanopi ini juga hanya mengganti bahan dengan ukuran volume 16 meter yang dipesan oleh Bapak Cahaya dari PT Sinar Roda Utama beralamat di Jl. Panjang No.28 Arteri Kelapa Dua, Kecamatan Kebon Jeruk Kota Jakarta Barat.

Berikut biaya produksi yang dibutuhkan untuk membuat kanopi bahan kain berdasarkan perhitungan perusahaan.

Tabel 1. Biaya Produksi Kanopi Bahan Kain Menurut Perusahaan

Keterangan	Kanopi kain volume 30 meter	Kanopi kain model payung	Kanopi kain volume 16 meter
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp 14.885.000	Rp 18.525.000	Rp 5.200.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 9.320.000	Rp 4.020.000	Rp 1.120.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp 1.356.664	Rp 2.687.499	Rp 629.999
Total	Rp 25.561.664	Rp 25.232.499	Rp 6.949.999

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Biaya produksi ini merupakan hasil perhitungan biaya berdasarkan perhitungan yang biasa dilakukan oleh UMKM Sinar Terang Awning. Kanopi kain volume 30 meter menghabiskan biaya produksi sebesar Rp 25.561.664 lebih besar dibandingkan kanopi bahan kain yang lain. Hal ini terjadi karena pemesanan kanopi bahan kain volume 30 meter dipesan dan dibuat dengan kerangka besi, sedangkan untuk kanopi bahan kain lainnya hanya penggantian bahan. Sehingga mengakibatkan biaya produksi kanopi bahan kain volume 30 meter mempunyai biaya paling tinggi diantara yang lainnya.

Pembahasan

(Utari, Purwanti, and Prawironegoro 2018:281) *Target costing* ialah perbedaan harga penjualan untuk menguasai pangsa pasar dengan menggunakan target laba. Berdasarkan tahapan-tahapan yang harus dilakukan untuk mendapatkan hasil dari penerapan metode *target costing* terdapat dua metode untuk mengendalikan biaya-biaya pada perusahaan yaitu pada tahap menggunakan rekayasa nilai dan menggunakan *kaizen costing*. Untuk kedua tahap tersebut tidak diharuskan menjalankan keduanya dalam satu perusahaan tergantung kebutuhan dan kondisi perusahaan.

Struktur organisasi pada UMKM Sinar Terang Awning masih sangat sederhana sehingga tidak memungkinkan untuk menerapkan *kaizen costing*, maka setelah mendapatkan biaya yang ditargetkan perusahaan kemudian masuk ke tahap pengendalian rekayasa nilai (*value engineering*). Maka UMKM

Sinar Terang Awning hanya perlu menjalankan sampai pada tahap tersebut. Berikut tahapan-tahapan dalam mengimplementasikan metode *target costing* yang dilakukan pada UMKM Sinar Terang Awning

1. Menentukan Harga Jual Yang Kompetitif

Penentuan harga jual pada kanopi bahan kain ditentukan berdasarkan merk kain yang ingin dipakai konsumen. Terdapat beberapa merk yaitu Sunbrella, dickson, fara dan lain-lain. Selain itu, ukuran permintaan produk setiap konsumen berbeda-beda. Harga jual merk kain sunbrella harga yang paling mahal sebanding dengan kualitas yang dihasilkan. Sehingga konsumen atau pembeli sering memesan jenis merk tersebut. Berikut merupakan daftar harga jual permeter yang dijual oleh kompetitor dari UMKM Sinar Terang Awning.

Tabel 2. Daftar Harga Jual Kompetitor

Nama Kompetitor	Harga Jual (Permeter)
Kanopi Bahan Kain Sunbrella Arwana Canopy	Rp 750.000
Kanopi Bahan Kain Sunbrella Jaya Awning	Rp 700.000
Kanopi Bahan Kain Sunbrella Rainarulecollection	Rp 632.222
Kanopi Bahan Kain Sunbrella Sinar Terang Awning	Rp 485.000
Kanopi Bahan Kain Sunbrella Sigmaco	Rp 454.444
Kanopi Bahan Kain Sunbrella Agung	Rp 450.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel diatas, harga jual kanopi bahan kain arwana canopy merupakan harga yang paling mahal diantara toko yang lainnya. Perbedaan harga dari antar tokopun sangat besar. Dan kanopi kain sunbrella Agung paling murah diantara lainnya.

Penulis mengambil 3 produk yang akan dikerjakan oleh UMKM Sinar Terang Awning dengan harga jual permeter Rp 485.000. Selain itu, kanopi bahan kain merupakan kanopi yang paling sering terjual. Berikut daftar harga jual beserta produk yang akan dikerjakan UMKM Sinar Terang Awning sebagai berikut:

Tabel 3. Daftar Produk dan Harga Jual Kanopi Bahan Kain

Keterangan	Harga
Kanopi Kain Volume 30 Meter	Rp 27.250.000
Kanopi Kain Model Payung Volume 57 Meter	Rp 31.245.000
Kanopi Kain Volume 16 Meter	Rp 7.000.000

Sumber: Hasil wawancara

Perbedaan harga jual antara kanopi bahan kain volume 30 meter dengan kanopi bahan kain volume 57 meter berbeda tipis, karena pemesanan kanopi bahan kain 30 meter lengkap menggunakan kerangka besi.

2. Menentukan Target Laba Yang Diharapkan

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Sinar Terang Awning, Penulis mengumpulkan informasi bahwa target laba yang diharapkan oleh UMKM Sinar Terang Awning yaitu sebesar 30% dari harga jual produk.

3. Menghitung Target Biaya (*Target Costing*)

Berikut Perhitungan biaya untuk masing-masing produk.

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga jual} - \text{Biaya yang diharapkan}$$

a. Kanopi Kain Volume 30 Meter

$$\begin{aligned}\text{Target costing} &= \text{Rp } 27.250.000 - (30\% \times \text{Rp } 27.250.000) \\ &= \text{Rp } 27.250.000 - \text{Rp } 8.175.000 \\ &= \text{Rp } 19.075.000\end{aligned}$$

b. Kanopi Kain Model Payung Volume 57 Meter

$$\begin{aligned}\text{Target costing} &= \text{Rp } 31.245.000 - (30\% \times \text{Rp } 31.245.000) \\ &= \text{Rp } 31.245.000 - \text{Rp } 9.373.500 \\ &= \text{Rp } 21.871.500\end{aligned}$$

c. Kanopi Kain Volume 16 Meter

$$\begin{aligned}\text{Target costing} &= \text{Rp } 7.000.000 - (30\% \times \text{Rp } 7.000.000) \\ &= \text{Rp } 7.000.000 - \text{Rp } 2.100.000 \\ &= \text{Rp } 4.900.000\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan pada tabel berikut dan dapat dibandingkan dengan besarnya biaya menurut UMKM Sinar Terang Awning dengan biaya menurut *Target costing* dalam penjualan kanopi bahan kain.

Tabel 4. Perbandingan Besarnya Biaya Produksi Menurut Perusahaan Dan Menurut Metode *Target Costing*

Jenis Produk	Besarnya Biaya Menurut Perusahaan	Besarnya Biaya Menurut <i>Target Costing</i>	Penghematan Biaya	
			Rp	%
Kanopi Kain Volume 30 Meter	Rp25.561.664	Rp19.075.000	Rp6.486.664	25,40%
Kanopi Kain Model Payung Volume 57 Meter	Rp25.232.499	Rp21.871.500	Rp3.360.999	13,40%
Kanopi Kain Volume 16 Meter	Rp6.949.999	Rp4.900.000	Rp2.049.999	29,50%

Sumber: Data Diolah Penulis

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa perhitungan dengan menggunakan *target costing* mengalami penghematan biaya untuk kanopi bahan kain volume 30 meter Rp 6.486.664 atau 25,4%, kanopi bahan kain volume 57 meter sebesar Rp 3.360.999 atau 13,4% dan kanopi bahan kain volume 16 meter sebesar Rp 2.049.999 atau 29,5%.

4. Menggunakan Rekayasa Nilai (*Value Engineering*)

Rekayasa nilai ini digunakan untuk menekan biaya-biaya produk dalam rangka mencapai *target costing* yang telah ditetapkan. Penulis telah melakukan rekayasa nilai pembelian biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik melalui rekomendasi toko-toko yang menawarkan harga lebih murah dibandingkan dengan toko sebelumnya.

a. Kanopi Bahan Kain Volume 30 Meter

1) Biaya Bahan Baku Langsung

Bahan baku yang bisa di rekayasa nilai atau ditekan biayanya yaitu mata gerinda potong dan mata gerinda halus, berdasarkan keterangan pemilik Mata gerinda potong sering di beli di toko Mega Baja yang berlokasi di Jakarta Barat dengan harga Rp 4.250 dan Rp 7.500. Namun Penulis menemukan di *e-commerce* dengan harga Rp 2.590 dan Rp 5.000 dengan nama toko yaitu toko "Putera Agung" berlokasi di Bekasi dan toko "Comfy Life ID" berlokasi di Jakarta Utara.

Tabel 5. Pemakaian Biaya Bahan Baku Langsung Kanopi Kain Volume 30 Meter Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai

Bahan Baku	Harga satuan	Satuan	Jumlah	Total Biaya
Besi Hollow Galvanis 25 x 25	Rp 95.000	Batang	50	Rp 4.750.000
Meni besi anti karat merk Avian	Rp 60.000	Kaleng	1,5	Rp 90.000
Cat besi warna hitam merk Sheep	Rp 65.000	Kaleng	1,5	Rp 97.500
Kawat las potong 2 mm Nikko Steel	Rp 75.000	Dus	1	Rp 75.000
Mata gerinda potong	Rp 2.590	Biji	20	Rp 51.800
Mata gerinda halus	Rp 5.000	Biji	5	Rp 25.000
Kanopi kain merk Sunbrella	Rp 325.000	Meter	30	Rp 8.775.000
Total				Rp13.864.300

Sumber: Data Diolah Penulis

Dari tabel diatas, diketahui bahwa biaya bahan baku langsung untuk pembuatan proses produksi kanopi bahan kain dengan volume 30 meter setelah dilakukan rekayasa nilai dengan total sebesar Rp 13.864.300.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berdasarkan hasil wawancara, jahit dan sablon biasanya dilakukan di Sukabumi, tetapi saat ini sering di lakukan di Jakarta yaitu di Bapak Uda. Namun, penulis menyarankan untuk kembali menjahit di Sukabumi di Bapak Apih yang berlokasi di Cimenteng (dekat dengan rumah pemilik) karena harga lebih murah.

Tabel 6. Pemakaian Biaya Tenaga Kerja Langsung Kanopi Kain Volume 30 Meter Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai

Keterangan	Harga	Satuan	Jumlah	Total Biaya
Biaya Tenaga kerja	Rp1.400.000	Orang	4	Rp 5.600.000
Biaya tukang Jahit	Rp 15.000	Meter	30	Rp 450.000
Biaya tukang Sablon				
- Logo	Rp 200.000	Buah	6	Rp 1.200.000
- Huruf	Rp 10.000	Buah	81	Rp 810.000
Total				Rp 8.060.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel tersebut, pemakaian biaya tenaga kerja langsung untuk kanopi bahan kain volume 30 meter setelah dilakukan rekayasa nilai total sebesar Rp 8.060.000

3) Biaya Penolong

Biaya penolong yang dapat ditekan yaitu biaya paku rivet 2 mm dan lem sealant kaca. Pembelian paku rivet 2 mm pemilik sering membeli di toko "Mega Baja" yang berlokasi di Jakarta Barat. pemilik sering membeli 1 dus paku rivet 2 mm dengan harga Rp 150.000/dus (Rp 1.500/meter). Namun penulis menemukan harga 1 dus paku rivet 2 mm lebih murah dibandingkan di toko "Mega Baja" yaitu di *e-commerce* dengan nama toko "OmniTech." Berlokasi di Tangerang dengan harga Rp 126.685/dus (126.685 : 100 meter = Rp 1.266/meter).

Tabel 7. Pemakaian Biaya Overhead Pabrik Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai

Keterangan		Biaya	
Biaya Penolong	Lem fox	Rp	60.000
	Paku rivet 2 mm	Rp	37.980
	Lem <i>silicone sealant</i> kaca	Rp	78.000
Biaya Listrik dan Telepon		Rp	116.664
Biaya Transportasi		Rp	1.000.000
Total		Rp	1.292.644

Sumber: Data Diolah Penulis

Dari tabel diatas, pemakaian biaya overhead pabrik untuk kanopi bahan kain volume 30 meter setelah dilakukan rekayasa nilai total sebesar Rp 1.292.644.

b. Kanopi Bahan Kain Model Payung Volume 57 Meter

1) Bahan Baku langsung

Bahan baku langsung dalam model payung ini tidak ada yang ditekan biayanya dikarenakan bahan baku yang digunakan hanya kanopi kain merk sunbrella. Harga kanopi kain Sunbrella sudah termasuk dengan kategori harga murah dibandingkan di toko lain dikarenakan sudah menjadi toko langganan dari tahun ketahun. Pemilik sering membeli di toko “Amardeep” yang berlokasi di Jakarta Barat.

2) Biaya Tenaga Kerja langsung

Biaya tenaga kerja yang dapat ditekan yaitu biaya tukang jahit dan tukang sablon dengan harga awal Rp 20.000/meter dan Rp 20.000/huruf. Sama halnya dengan biaya tenaga kerja kanopi kain volume 30 meter, penulis menyarankan untuk menjahit di Bapak Apih dan sablon di bapak Dadin dengan harga Rp 15.000/meter dan Rp 10.000/huruf. Kebutuhan penjahitan untuk model payung yaitu 57 meter dan sablon 24 huruf.

Tabel 8. Pemakaian Biaya Tenaga Kerja Langsung Kanopi kain Volume 57 Meter Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai

Keterangan	Harga	Satuan	Jumlah	Total Biaya
Biaya Tenaga kerja	Rp600.000	Orang	4	Rp2.400.000
Biaya tukang Jahit	Rp15.000	Meter	57	Rp450.000
Biaya tukang Sablon	Rp10.000	huruf	24	Rp240.000
Total				Rp3.090.000

Sumber: Data Diolah Penulis

Berdasarkan tabel tersebut, pemakaian biaya tenaga kerja langsung untuk kanopi bahan kain dengan ukuran volume 57 meter setelah dilakukan rekayasa nilai total sebesar Rp 3.090.000.

3) Biaya Penolong

Biaya penolong yang bisa ditekan yaitu Paku rivet 2 mm dan lem *silicone sealant* kaca selama ini di beli di toko “Mega Baja” dengan harga Rp 150.000/dus (Rp 1.500). Penulis menemukan paku rivet 2 mm di toko “OmniTech” Rp126.685/dus (Rp 1.266). Toko tersebut terdaftar di *e-commerce* berlokasi di daerah Tangerang.

Untuk pembelian lem *silicone sealant* kaca pemilik sering membeli di toko “Mega Baja” pembelian lem *silicone sealant* kaca Rp 40.000/botol (Rp 4.000) dan bisa digunakan untuk 10 meter. Namun penulis menemukan di *e-commerce* dengan harga Rp 26.000/botol (Rp 2.600) di toko “Bangun Jaya abadi” berlokasi di Jakarta Utara.

Tabel 9. Biaya Overhead Pabrik Kanopi Kain Volume 57 Meter Setelah Rekayasa Nilai

Keterangan		Biaya
Biaya Penolong	Lem fox	Rp 114.000
	Paku rivet 2 mm	Rp 72.162
	Lem <i>silicone sealant</i> kaca	Rp 148.200
Biaya Listrik dan Telepon		Rp 9.999
Biaya Transportasi		Rp 2.250.000
Total		Rp 2.594.361

Sumber: Data Diolah Penulis

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa pemakaian biaya overhead pabrik untuk kanopi bahan kain dengan ukuran volume 57 meter setelah dilakukan rekayasa nilai total sebesar Rp 2.594.361.

c. Kanopi Bahan Kain Volume 16 Meter

1) Bahan Baku langsung

Bahan baku langsung dalam kanopi kain ini tidak ada yang ditekan biayanya dikarenakan bahan baku yang digunakan hanya kanopi kain merk sunbrella. Harga kanopi kain Sunbrella sudah termasuk dengan kategori harga murah dibandingkan di toko lain dikarenakan sudah menjadi toko langganan dari tahun ketahun. Pemilik sering membeli di toko “Amardeep” yang berlokasi di Jakarta Barat.

2) Biaya Tenaga Kerja langsung

Biaya tenaga kerja yang dapat ditekan yaitu biaya tukang jahit dengan harga awal Rp 20.000/meter. Penulis menyarankan untuk menjahit di Bapak Apih yang berlokasi di Cimenteng – Sukabumi yang dekat dengan rumah pemilik dengan harga Rp 15.000/meter.

Tabel 10. Pemakaian Biaya Tenaga Kerja Langsung Kanopi Kain Volume 16 Meter Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai

Keterangan	Harga	Satuan	Jumlah	Total Biaya
Biaya Tenaga kerja	Rp 200.000	Orang	2	Rp 400.000
Biaya Tukang Jahit	Rp 15.000	Meter	16	Rp 240.000
Total				Rp 640.000

Sumber: Data Diolah Penulis

Pada tabel tersebut diketahui bahwa pemakaian biaya tenaga kerja langsung untuk kanopi bahan kain dengan volume 16 meter setelah dilakukan penekanan biaya total sebesar Rp 640.000.

3) Biaya Penolong

Biaya penolong yang bisa ditekan yaitu Paku rivet 2 mm dan lem *silicone sealant* kaca sela mini di beli di toko “Mega Baja” dengan harga Rp 150.000/dus (Rp 1.500). Penulis menemukan paku rivet 2 mm di toko “OmniTech” Rp126.685/dus (Rp 1.266). Toko tersebut terdaftar di *e-commerce* berlokasi di daerah Tangerang.

Untuk pembelian lem *silicone sealant* kaca pemilik sering membeli di toko “Mega Baja” pembelian lem *silicone sealant* kaca Rp 40.000/botol (Rp 4.000) dan bisa digunakan untuk 10 meter. Namun penulis menemukan di *e-commerce* dengan harga Rp 26.000/botol (Rp 2.600) di toko “Bangun Jaya abadi” berlokasi di Jakarta Utara

Tabel 11. Biaya Overhead Pabrik Kanopi Kain Volume 16 Meter Setelah Rekayasa Nilai

Keterangan		Biaya
Biaya Penolong	Lem fox	Rp 32.000
	Paku rivet 2 mm	Rp 20.256
	Lem <i>silicone sealant</i> kaca	Rp 41.600
Biaya Listrik dan Telepon		Rp 9.999
Biaya Transportasi		Rp 500.000
Total		Rp 603.855

Sumber: Data Diolah Penulis

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa biaya overhead pabrik untuk kanopi kain volume 16 meter setelah dilakukan rekayasa nilai total sebesar Rp 603.855. Diperoleh biaya produksi untuk masing-masing produk yang terangkum sebagai berikut:

Tabel 12. Biaya Produksi Menurut Target costing Setelah Dilakukan Rekayasa Nilai

Keterangan	Kanopi kain volume 30 meter	Kanopi kain model payung	Kanopi kain volume 16 meter
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp 13.864.300	Rp 18.525.000	Rp 5.200.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 8.060.000	Rp 3.090.000	Rp 640.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp 1.292.644	Rp 2.594.361	Rp 603.855
Total	Rp 23.216.944	Rp 24.209.361	Rp 6.443.855

Sumber: Data Diolah Penulis

Dari hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa biaya produksi menurut metode *target costing* setelah dilakukan rekayasa nilai untuk kanopi kain volume 30 meter sebesar RP 23.216.944, kanopi kain volume 57 meter sebesar RP 24.209.361 dan kanopi kain volume 16 meter sebesar Rp 6.443.855.

Adapun perbandingan biaya produksi keseluruhan masing-masing produk menurut hasil perhitungan UMKM Sinar Terang Awning dengan Biaya produksi keseluruhan masing-masing produk menurut hasil perhitungan *Target costing* terangkum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Perbandingan Perhitungan Besarnya Biaya Produksi Menurut Perusahaan Dengan Menurut Target costing

Jenis Produk	Besarnya Biaya Produksi			Penghematan Biaya	
	Perusahaan	Target Costing	Cost Tercapai	Rp	%
Kanopi Kain Volume 30 Meter	Rp25.561.664	Rp19.075.000	Rp23.216.944	Rp2.344.720	9,17
Kanopi Kain Model Payung Volume 57 Meter	Rp25.232.499	Rp21.871.500	Rp24.209.361	Rp1.023.138	4,05
Kanopi Kain Volume 16 Meter	Rp6.949.999	Rp4.900.000	Rp6.443.855	Rp506.144	7,28
Total	Rp57.744.162	Rp45.846.500	Rp53.870.160	Rp3.874.002	6,71

Sumber: Data Diolah Penulis

Pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa ketiga jenis produk dapat mencapai *target costing*. Diketahui besarnya biaya produksi Kanopi kain volume 30 meter, 57 meter dan 16 meter menurut perusahaan Rp 25.561.664, Rp 25.232.499 dan Rp 6.949.999. Sedangkan besarnya biaya produksi menurut metode *target costing* Rp 19.075.000, Rp 21.871.500, dan Rp 4.900.000. Rekayasa nilai yang dilakukan menyebabkan cost dapat tercapai Rp 23.216.944, Rp 1.023.138 dan Rp 506.144. Hal tersebut dikarenakan harga mata gerinda potong, mata gerinda halus, biaya tukang jahit, biaya tukang sablon, harga paku rivet 22 mm dan harga lem *silicone sealant* kaca dapat menekan biaya produksi sehingga *target costing* untuk kanopi bahan kain 30 meter, 57 meter dan 16 meter dapat tercapai dan terdapat penghematan biaya produksi sebesar Rp Rp 2.344.720, Rp 1.023.138, Rp 506.144 atau sebesar 9,17%, 4,05%, dan 7,28%.

Secara keseluruhan besarnya biaya produksi menurut perusahaan bagi ketiga produk UMKM Sinar Terang Awning adalah Rp 57.744.162. Sedangkan besarnya biaya produksi berdasarkan *Target costing* sebesar Rp 45.846.500. Rekayasa nilai yang dilakukan menyebabkan cost dapat tercapai sebesar Rp 53.870.160 dan terdapat penghematan biaya produksi sebesar Rp 3.874.002, atau sebesar 6,71%.

Hal ini terbukti bahwa *target costing* dapat mereduksi biaya produksi sehingga dapat meningkatkan keuntungan bagi UMKM Sinar Terang Awning. Berikut ini akan diuraikan laba yang dihasilkan sebelum menerapkan metode *target costing* dan sesudah menerapkan metode *target costing*.

Tabel 7. Penjualan, Biaya Produksi Dan Laba Yang Dihasilkan Sebelum Menerapkan Target costing

Jenis Produk	Sebelum Target Costing			
	Penjualan	Biaya produksi	Laba Rp	%
Kanopi Kain Volume 30 Meter	Rp27.250.000	Rp25.561.664	Rp1.688.336	6,19
Kanopi Kain Model Payung Volume 57 Meter	Rp31.245.000	Rp25.232.499	Rp6.012.501	19,24
Kanopi Kain Volume 16 Meter	Rp7.000.000	Rp6.949.999	Rp50.001	0,71
Total	Rp65.495.000	Rp57.744.162	Rp7.750.838	11,83

Sumber: Data Diolah Penulis

Sebelum diterapkannya *target costing*, perusahaan mendapatkan laba dari kanopi kain volume 30 meter sebesar Rp 1.688.336 dengan persentase sebesar 6,19%, laba dari kanopi kain model payung volume 57 meter sebesar Rp 6.012.501 persentase 19,24% dan laba dari produk kanopi kain volume 16 meter sebesar Rp 50.001 persentase 0,71%. Sehingga secara keseluruhan dari ketiga produk tersebut UMKM Sinar Terang Awning mendapatkan laba sebesar Rp 7.750.838 dengan persentase sebesar 11,83%.

Tabel 8. Penjualan, Biaya Produksi Dan Laba Yang Dihasilkan Setelah Menerapkan Target Costing

Jenis Produk	Penjualan	Setelah Target Costing		
		Biaya produksi	Laba Rp	%
Kanopi Kain Volume 30 Meter	Rp 27.250.000	Rp 23.216.944	Rp 4.033.056	14,80
Kanopi Kain Model Payung Volume 57 Meter	Rp 31.245.000	Rp 24.209.361	Rp 7.035.639	22,52
Kanopi Kain Volume 16 Meter	Rp 7.000.000	Rp 6.443.855	Rp 556.145	7,94
Total	Rp 65.495.000	Rp 53.870.160	Rp 11.624.840	17,75

Sumber: Data Diolah Penulis

Berdasarkan tabel diatas, apabila UMKM Sinar Terang Awning menerapkan metode *target costing*, UMKM Sinar Terang Awning dapat menghasilkan laba dari Kanopi kain volume 30 meter sebesar Rp 4.033.056 dan persentase sebesar 14,80%, laba dari kanopi kain model payung volume 57 meter dapat menghasilkan laba Rp 7.035.639 dan 22,52% serta laba dari kanopi kain volume 16 meter Rp 556.145 dan 7,94%. Sehingga secara keseluruhan dari tiga produk UMKM Sinar Terang Awning akan mendapatkan laba sebesar Rp 11.624.840 dan persentase sebesar 17,75%.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ciciliya J, Jenny M & Novi B, (2020); Azharan R & Novita, (2021); yang mengemukakan bahwa dengan menggunakan metode *target costing* laba perusahaan mengalami kenaikan yang cukup signifikan dibandingkan sebelumnya. Dengan biaya produksi turun, perusahaan mampu bersaing sesuai harga jual yang ada dipasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa penerapan metode *target costing* dalam upaya mengefisienkan biaya produksi sehingga meningkatkan laba UMKM Sinar Terang Awning melalui rekayasa nilai terbukti mendapatkan hasil yang maksimal. Laba yang dihasilkan naik dengan selisih 5,92%.

Rekayasa nilai ini dilakukan dengan cara memilih tempat pembelian bahan baku yang lebih strategis dibandingkan tempat sebelumnya dengan memperhitungkan kualitas dari bahan baku. Hal tersebut dapat menghemat biaya produksi dari Rp 57.744.162 menjadi Rp 53.870.160. Sehingga UMKM Sinar Terang Awning dapat menghasilkan laba yang maksimal dengan penggunaan biaya produksi yang efektif.

Saran bagi peneliti selanjutnya ketika menerapkan metode *target costing* gunakan kedua metode dalam penurunan biaya yaitu *kaizen costing* dan rekayasa nilai. Karena penulis hanya memakai rekayasa nilai dan tempat yang diteliti disarankan untuk mencari tempat yang lebih detail dalam pencatatan biaya produksinya sehingga informasi yang didapatkan akan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Amani, Natasha Khairunisa. (2021). "Mendag Lutfi Ungkap 3 Masalah Utama UMKM Indonesia [Online]. Tersedia: https://m.liputan6.com/bisnis/read/4695928/mendag-lutfi-ungkap3-masalah-utama-umkm-indonesia?new_experience=art_insertion [3 Maret 2022 pukul 08:30 WIB]

Hariyani, Diyah S. 2018. *Akuntansi Manajemen: Teori Dan Aplikasi*. Pertama. Yogyakarta:

Aditya Media Publishing.

- Hidayat, Wastam Wahyu. 2018. *Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan*. pertama. edited by F. Fabri. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hurriyaturrohman, Widaryanti, Dwi Epty Hidayaty, Ade Onny Siagian, and Yuli Ardiany. 2022. *Manajemen Biaya : Konsep Dan Implementasi*. edited by Hartini. Bandung: PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA.
- Manullang, Marni Uli Br, and Rizqy Fadhlina Putri. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba Bersih Pada PT Unilever Indonesia Tbk." *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)* 1–6.
- Mulyadi. 2018. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Niedar, Anedya, Chriswardani Suryawati, Donny Hardiawan, Jorghi Vadra, Nur Afni Panjaitan, Puguh Widodo, Puji Harto, and Rabiah al Adawiyah. 2022. *Manajemen Keuangan Dan Akuntansi Dalam Ekonomi Kesehatan*. Jakarta: PPJK Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Putra, Indra Mahardika. 2018. *Akuntansi Biaya : Panduan Lengkap Analisis Biaya Dan Perhitungan Harga Pokok Produksi*. Yogyakarta: Quadrant.
- Rudianto. 2013. *AKUNTANSI MANAJEMEN : Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*.
- Satriani, Dina, and Vina Vijaya Kusuma. 2020. "PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN HARGA POKOK PENJUALAN TERHADAP LABA PENJUALAN." *Jurnal Ilmiah MEA* 4(2):438–53.
- Siallagan, Hamonangan. 2020. *Teori Akuntansi*. Edisi Pert. Yogyakarta: LPPM UHN Press.
- Utari, Dewi, Ari Purwanti, and Darsono Prawironegoro. 2018. *Akuntansi Manajemen : Pendekatan Praktis*. Edisi 4. Jakarta: Mitra Wacana media.
- Wardani, Rizqi. 2019. "ANALISIS TARGET COSTING DALAM UPAYA PENINGKATAN LABA PERUSAHAAN (Studi Pada Shafira Cake and Bakery)." *Jurnal EMBA* 7(3):3548–57.
- Wuysang, Clarisa Chrysty, and Rudy J. Pusung. 2019. "PENERAPAN TARGET COSTING DALAM UPAYA EFISIENSI BIAYA PRODUKSI UNTUK PENINGKATAN LABA KOTOR PADA UD . JJ BAKERY." *Jurnal EMBA* 7(3):3548–57.