

PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM PERENCANAAN BIAYA PRODUKSI PADA CV. SINAR MANDIRI

THE IMPLEMENTATION OF TARGET COSTING IN PLANNING COST PRODUCTION AT CV. SINAR MANDIRI

Oleh:

Febriana Martina Longdong¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi
Universitas Sam Ratulangi Manado
email: sayaebhy@yahoo.com

Abstrak: Perkembangan perekonomian Indonesia sebagai bagian dari Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dimana semakin mudah para pengusaha atau perusahaan asing yang bukan berasal dari Indonesia bisa dengan mudah memperjual-belikan hasil produksi mereka, dengan demikian para pengusaha-pengusaha tersebut harus mampu bersaing dan mempertahankan pasar dengan terus berinovasi dengan produk dibarengi dengan tetap harus memperhatikan besar kecilnya biaya yang dikeluarkan. Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *target costing* dalam perencanaan biaya produksi pada CV. Sinar Mandiri. Metode penelitian yang digunakan yaitu berupa analisis deskriptif dengan sumber data diperoleh dari hasil wawancara oleh pemilik dan karyawan. Hasil penelitian yaitu dalam proses penerapan *target costing* dalam perencanaan biaya produksi terdapat biaya yang dapat ditekan dengan menggunakan rekayasa nilai sehingga kesimpulannya yaitu penerapan pendekatan *target costing* dengan menggunakan pengendalian biaya berupa rekayasa nilai mampu menekan biaya pada saat proses perencanaan produksi, terbukti dari semakin besar jumlah keuntungan yang bisa diperoleh dan tercapainya target keuntungan yang diharapkan. Saran bagi manajemen CV. Sinar Mandiri sebaiknya menggunakan metode *target costing* dalam perencanaan biaya produksi untuk menekan biaya produksi sehingga dapat memperoleh laba yang diharapkan.

Kata Kunci: *target costing, biaya produksi*

Abstract: *The economy development of Indonesia as a part of Asean Society Economy in which the entrepreneurs from foreign companies which are not from Indonesia can be easily sell their production result, thus the entrepreneurs must be able to compete and maintain the market and always looking for product innovation together with they must be pay attention to small or large output cost. The purpose that can be expect of this research that is to find out how the implementation of target costing within cost production planning in CV. Sinar Mandiri. The research method has been used is descriptive analysis with the source of data from interviewed with the owner and the employee. The result is assembling procces target costing in planning production cost find cost that can be pressure with engineer score so the conclusion is assemble target costing approach with use cost control like score engineer able to minimize the cost when the production has a planning process, it is proven that the more profit can be obtained and to achieve the expected target profit. The suggestion for CV. Sinar Mandiri management as good as possible to use target costing method on production cost planning to press the production cost with the result that can get the expected profit.*

Keywords: *target costing, production cost*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan perekonomian Indonesia saat ini tergolong baik dan lumayan pesat. Sebagai negara yang berkembang, kini Indonesia yang merupakan salah satu anggota dari ASEAN yang tergabung dalam Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dimana seluruh masyarakat diperhadapkan pada kondisi untuk dapat bertahan di dalam kondisi persaingan ekonomi yang semakin pesat dan mengalami begitu banyak kemajuan. Ada beberapa sektor ekonomi yang begitu berpengaruh terhadap perkembangan perekonomian Indonesia, salah satunya adalah Sektor Perdagangan baik itu berupa barang dagang, jasa, dan tenaga kerja. Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang didalamnya menghadapi Pasar Bebas ASEAN merupakan suatu wujud kesepakatan dari negara-negara di Asia Tenggara untuk membentuk Masyarakat Ekonomi ASEAN dimana negara-negara yang ada didalamnya memiliki kebebasan untuk memperjual-belikan produk yang dari dalam atau luar negeri tanpa hambatan-hambatan biaya ekspor/impor.

Penerapan Pasar Bebas secara otomatis akan menimbulkan persaingan dalam sektor perdagangan akan semakin tinggi, dimana masyarakat atau perusahaan dari negara lain dengan mudah dengan batasan yang tidak terlalu banyak untuk memperdagangkan hasil produk mereka ke Indonesia. Penerapan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) secara otomatis akan mendorong semakin banyaknya perusahaan yang lebih berinovasi tentang produk usaha mereka baik itu yang berupa barang, jasa maupun tenaga kerja supaya dapat bersaing dan meraup banyak keuntungan. Khususnya pada produk barang dagang, produk yang berkualitas namun memiliki harga yang terjangkau pastilah akan menarik hati para konsumen tetapi apakah setiap perusahaan dagang pada khususnya mampu menciptakan atau memproduksi barang dagang mereka dengan tetap mempertahankan kualitas barang dan memiliki harga yang terjangkau namun perusahaan tetap mencapai keuntungan yang diharapkan.

Guna untuk dapat menghasilkan produk yang memiliki harga yang mampu bersaing dengan memiliki kualitas produk yang baik untuk memperoleh laba maka perusahaan harus mampu memilah, menyiasati atau bahkan mengurangi biaya yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan dalam proses produksi sehingga keuntungan yang akan diperoleh semakin maksimal. Salah satu metode yang bisa digunakan oleh CV. Sinar Mandiri yaitu dengan menerapkan metode *target costing* bagi usahanya.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *target costing* dalam perencanaan biaya produksi pada CV. Sinar Mandiri mampu menghasilkan keuntungan yang diharapkan.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen mengukur, menganalisa, dan melaporkan informasi keuangan dan non keuangan yang membantu manajer membuat keputusan guna mencapai tujuan organisasi. Manajer akan menggunakan informasi akuntansi manajemen itu untuk memilih, mengkomunikasikan, dan mengimplementasikan strategi. Mereka juga menggunakan informasi akuntansi manajemen untuk mengkoordinasi keputusan-keputusan desain produk, produksi, serta pemasaran. Akuntansi manajemen berfokus pada laporan internal (Horngren, dkk. 2008:2). Akuntansi manajemen adalah salah satu bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara menghasilkan informasi keuangan untuk pihak manajemen yang selanjutnya akan digunakan untuk pengambilan keputusan. Umumnya informasi yang dihasilkan sifatnya lebih dalam dan biasanya tidak dipublikasikan (Sujarweni 2015:1). Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa akuntansi manajemen adalah salah satu ilmu akuntansi yang mengukur, menganalisa, dan melaporkan informasi keuangan maupun non keuangan yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan yang pelaporannya bersifat internal yaitu kepada manajemen perusahaan saja.

Pengertian Biaya

Wikipedia Indonesia menyatakan, pengertian biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. biaya terbagi dua, yaitu biaya eksplisit dan biaya implisit. Akuntansi Biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya-biaya pembuatan dan penjualan produk atau penyerahan jasa dengan cara-cara tertentu beserta penafsiran terhadap hasilnya (Surjadi 2013:1). Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya adalah semua pengorbanan yang dilakukan dalam memproduksi suatu barang yang kemudian dilakukan proses pencatatan, penggolongan dan peringkasan serta penyajian biaya-biaya yang merupakan pengertian dari akuntansi biaya.

Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku (mentah) dari pemasok dan mengubahnya menjadi produk selesai yang siap dijual (Sodikin 2015:22). Menurut Sutrisno, dikutip Gerungan (2013:865) menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Kesimpulan dari beberapa pengertian diatas, yaitu biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan dan digunakan untuk mengolah suatu bahan mentah yang diperoleh dari pemasok menjadi barang jadi yang siap dijual.

Klasifikasi Biaya

Pengklaifikasian biaya penting artinya untuk memberikan informasi mengenai biaya yang lebih ringkas dan sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada yang digolongkan ke dalam golongan-golongan tertentu. Menurut Sujarweni (2015:10) klasifikasi biaya dibagi menjadi:

1. Berdasarkan Pengelompokan Biaya
2. Berdasarkan Perilaku Biaya
3. Berdasarkan Pengambilan Keputusan
4. Berdasarkan Sesuatu yang dibiayai
5. Biaya Kesempatan

Biaya Bahan Baku

Sujarweni, (2015:27-28) menyatakan bahwa bahan baku terdiri dari 2 yaitu bahan baku dan bahan baku penolong. Bahan baku sendiri mempunyai definisi bahan-bahan yang merupakan komponen utama yang membentuk keseluruhan dari produk jadi. Sedangkan bahan baku penolong adalah bahan yang digunakan dalam proses produksi yang nilainya kecil dan tidak dapat diidentifikasi dalam produk jadi. Contoh: produk kaos olahraga, bahan baku kain kaos, dan bahan baku penolongnya adalah benang. Bahan baku penolong ini masuk dalam komponen biaya produksi sebagai biaya *overhead*.

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Sujarweni (2015:43-46) biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang timbul dari pembuatan produksi yang langsung berhubungan dengan produk yang dihasilkan. Sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya tenaga kerja yang timbul dari pembuatan produksi namun karena karyawannya tidak langsung berhubungan dengan pembuatan produk tersebut. Biaya tenaga kerja tidak langsung ini dalam produksi masuk dalam kategori biaya *overhead*.

Biaya Overhead Pabrik

Biaya *Overhead* Pabrik (BOP) adalah semua biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Atau dengan kata lain semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan terdiri dari biaya bahan baku tak langsung, biaya tenaga kerja tak langsung, dan biaya-biaya produksi lainnya yang tidak secara mudah dapat ditelusur secara langsung pada proses produksi. BOP ini sering juga disebut sebagai biaya produksi tidak langsung karena tidak dapat langsung dibebankan ke dalam suatu produk, Sujarweni (2015:54-56).

Target Costing

Krismiaji & Aryani (2011:335) *Target Costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk baru dan kemudian merancang prototipe yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditetapkan. Target biaya untuk pembuatan sebuah produk dihitung dengan cara mengurangi harga jual dengan laba yang diinginkan sebagai berikut: Target Biaya = Taksiran Harga Jual – Laba yang Diinginkan. Dengan pola ini, maka perusahaan harus mampu mengelola biaya (*cost management*) dengan baik. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan membentuk sebuah tim yang disebut tim pengembangan produk (*the product development team*). Tim ini bertanggungjawab untuk merancang produk yang dapat dibuat dengan biaya tidak lebih besar dari target biaya yang telah dihitung. Menurut Garrison et al yang dikutip Sari (2012:107) menyatakan bahwa *target costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dikeluarkan ketika melakukan operasional produksi. *Target costing* dihitung dengan mulai harga jual yang diantisipasi kemudian mengurangi dengan laba yang diinginkan. Pendekatan *target costing* dilakukan karena :

1. Perusahaan memiliki pengendalian yang kurang terhadap harga yang ditetapkan. Pada pendekatan tradisional harga ditetapkan dari biaya produksi ditambahkan dengan tingkat laba yang diharapkan. Hal ini membuat perusahaan menetapkan harga di atas kemampuan daya beli yang dimiliki oleh konsumen. Kondisi yang ada membuat produk yang dipasarkan oleh perusahaan dihindari oleh konsumen karena dianggap terlalu mahal. Konsumen cenderung memilih produk dengan harga yang lebih murah. Berdasarkan kondisi yang ada, maka pendekatan *target costing* muncul sebagai akibat untuk menutupi kelemahan perusahaan yang tidak mampu melakukan pengendalian terhadap harga yang ditetapkan, yang dilakukan dengan penetapan harga jual terlebih dahulu.
2. Biaya produk ditentukan pada saat selesai proses produksi. Pada pendekatan tradisional, biaya produk ditentukan pada saat selesai proses produksi. Hal ini sudah terlambat, di mana produk sudah jadi dan akan dipasarkan. Bila biaya produk masih mampu mengikuti daya beli konsumen yang ada di pasar serta bersaing dengan produk pesaing berkaitan dengan harga jual yang ditetapkan tidak menjadi masalah, akan tetapi saat biaya produk terlalu tinggi membuat harga juga tinggi akan membuat adanya kegagalan dalam kemampuan penetapan harga jual yang lebih murah. Konsumen akan cenderung menghindari pembelian produk perusahaan.

Dari beberapa pengertian diatas mengenai *target costing*, maka dapat disimpulkan bahwa *target costing* merupakan proses penentuan biaya maksimum yang dikeluarkan ketika dalam proses pembuatan sebuah produk baru.

Tujuan Target Costing

Menurut Monden yang dikutip Himawan, Pendjaya (2005:11) *target costing* mempunyai dua tujuan, yaitu:

1. Untuk mengurangi biaya produk baru agar tingkat keuntungan yang dikehendaki dapat tercapai.
2. Untuk memotivasi seluruh karyawan perusahaan agar memperoleh laba target pada saat pengembangan produk baru dengan menjalankan metode *target costing* di seluruh aktivitas perusahaan.

Tahap-tahap Pengimplementasian Target Costing

Target costing merupakan cara yang sangat bermanfaat untuk mengelola kebutuhan terhadap *trade off* antara peningkatan fungsionalitas dan semakin tingginya biaya. Adapun lima tahap pengimplementasian pendekatan *target costing* menurut Blocher et al. Terjemahan Tim Penerjemah Penerbit Salemba (2008:619) adalah:

1. Menentukan harga pasar.
2. Menentukan laba yang diharapkan.
3. Menghitung target biaya (*target cost*) pada harga pasar dikurangi laba yang diharapkan.
4. Menggunakan rekayasa nilai (*value engineering*) untuk menentukan cara menurunkan biaya produk.
5. Menggunakan perhitungan biaya kaizen dan pengendalian operasional untuk terus menurunkan biaya.

Prinsip-Prinsip Penerapan Target Costing

Witjaksono, dikutip dalam Gerungan (2013:866) menyatakan proses penerapan *target costing* menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Harga menentukan biaya (*Price Led Costing*)
Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif membuat penetapan harga jual produk bukan hal gampang. Harga jual kerap ditentukan oleh pasar, sehingga harga pasar digunakan untuk menentukan target biaya.
2. Fokus pada pelanggan
Kehendak atau kebutuhan pelanggan akan kualitas, biaya dan fungsi secara simultan terdapat dalam produk dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan berkenaan dengan desain dan perhitungan harga pokok produk. Bagi pelanggan manfaat atas fitur dan fungsi yang ditawarkan oleh produk harus lebih besar dari biaya perolehannya (alias harga jual dari sisi pandang pengusaha).
3. Fokus pada desain produk dan desain proses
Pengendalian biaya ditekankan pada tahapan desain produk dan tahapan desain proses produksi. Dengan demikian setiap perubahan atau rekayasa harus dilakukan sebelum proses produksi, dengan tujuan menekan biaya dan mengurangi waktu terutama bagi produk baru.

Kendala Penerapan Target Costing

Witjaksono, yang dikutip Malue (2013:951) menyatakan bahwa kendala-kendala yang kerap dikeluhkan oleh perusahaan yang mencoba menerapkan *target costing*:

- a. Konflik antara kelompok dan antar anggota kelompok.
- b. Karyawan yang mengalami *burnout* karena tuntutan target penyelesaian pekerjaan.
- c. Target waktu penyelesaian yang mencoba menerapkan *target costing* terpaksa ditambah.
- d. Sulitnya melakukan pengaturan atas berbagai faktor penentu keberhasilan *target costing*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Analisis deskriptif menjadi jenis penelitian yang dipilih oleh peneliti dalam pembuatan penelitian ini yang bertujuan untuk mengumpulkan segala informasi secara aktual dan terinci yang kemudian membandingkan antara konsep dasar, teori atau arsip mengenai penerapan metode target costing dan kemudian ditarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini penelitian dilakukan pada CV. SINAR MANDIRI yang beralamat di Jl. Beringin nomor 144, Kelurahan Girian Weru 2, Kecamatan Girian, Kota Bitung. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Desember 2015 – Maret 2016

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yang dilakukan adalah mengajukan surat permohonan penelitian, melakukan survey ke objek penelitian, melakukan wawancara, mengumpulkan data penelitian, mengolah data penelitian, menetapkan hasil dan menarik kesimpulan.

Metode Pengumpulan Data

Jenis Data

1. Data kualitatif adalah data berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Peneliti mengumpulkan data kualitatif melalui wawancara dengan pemilik dan karyawan dari CV. Sinar Mandiri dalam rangka memperoleh data berupa sejarah tempat usaha, struktur organisasi, dan data-data lain.
2. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Dalam penelitian ini data-data yang dikumpulkan oleh peneliti berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead*, dan lain-lain yang kemudian akan diolah oleh untuk menghasilkan informasi.

Sumber Data

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber pertama atau objek penelitian, dilakukan dengan mewawancarai langsung pemilik dan karyawan untuk memperoleh data yang diinginkan.
2. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dengan cepat yaitu mengambil data-data olahan yang sudah ada kemudian akan diolah peneliti.

Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik wawancara merupakan pembuktian terhadap informasi yang telah diperoleh peneliti yang diperoleh langsung dari narasumber.
2. Teknik observasi yaitu peneliti mendatangi langsung objek penelitian untuk mengamati langsung bagaimana proses produksi produk sampai pada tahap finishing produk.

Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode analisis deskriptif yang digunakan untuk menyajikan informasi yang memaparkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan menggambarkan mengenai bagaimana keadaan CV. Sinar Mandiri tersebut sehingga menghasilkan data-data yang dibutuhkan dalam rangka penentuan target costing dalam upaya untuk mencapai keuntungan yang diharapkan perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

CV. Sinar Mandiri merupakan usaha yang bergerak pada bidang meubel yang memproduksi kusen, daun pintu, jendela, lemari, meja, dan kusen pintu merupakan produk yang paling banyak diproduksi dan dipesan yaitu kurang lebih 70 buah kusen pintu. Pemilik usaha CV. Sinar Mandiri yaitu ibu Hj. Syamsinar Samir yang usahanya sudah ada sejak tahun 2002 dan saat ini telah memiliki 12 orang karyawan. Bahan baku yang dipakai yaitu dibeli langsung dari Halmahera dengan 4 jenis kayu yang dibeli berupa kayu merah, kayu cempaka, kayu besi dan kayu lingua.

Hasil Penelitian

Dalam proses penerapan *Target Costing*, peneliti akan terlebih dahulu menghimpun data mengenai biaya manufaktur yaitu berupa bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik didalamnya ada biaya bahan baku tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung dan biaya pengiriman. Data yang telah dikumpulkan kemudian akan diolah untuk memperoleh berapa besar biaya produksi untuk pembuatan satu buah lubang kusen untuk pintu.

Tabel 1. Total Biaya Keseluruhan dalam memproduksi 1 lubang kusen pintu

	Kayu Merah	Kayu Cempaka	Kayu Besi
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 269.230,-	Rp. 376.924,-	Rp. 576.924,-
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 11.369,-	Rp. 11.369,-	Rp. 11.369,-
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 24.048,-	Rp. 24.048,-	Rp. 24.048,-
Biaya Pengiriman	Rp. 20.000,-	Rp. 20.000,-	Rp. 20.000,-
Total	Rp. 324.647,-	Rp. 432.341,-	Rp. 632.341,-

(Sumber Data : Hasil Olahan Peneliti)

Tabel 1 merupakan total biaya keseluruhan untuk memproduksi 1 lubang kusen pintu yang diperoleh dari perhitungan biaya pabrikase mulai dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik dan biaya pengiriman.

Pembahasan

Setelah mengolah data yang telah diperoleh dari CV. Sinar Mandiri mulai dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik dan biaya pengiriman yang kemudian didapat berapa jumlah biaya produksi untuk satu lubang kusen pintu di setiap jenis kayu yang ada. Setelah itu kemudian dilanjutkan dengan menerapkan metode *target costing* pada CV. Sinar Mandiri dalam menghitung biaya yang dibutuhkan dalam memproduksi satu lubang kusen pintu, dengan mengimplementasikan lima tahapan pengimplementasian *target costing*. Berikut ini merupakan proses pengimplementasian *target costing* :

1. Menentukan harga pasar.

Tabel 2. Daftar Harga Jual Tiap Lubang Kusen Pintu

Jenis Kayu	Harga Kusen
Kayu Merah	Rp. 375.000,-
Kayu Cempaka	Rp. 525.000,-
Kayu Besi	Rp. 725.000,-

(Sumber Data : CV. Sinar Mandiri)

Tabel 2 merupakan daftar harga jual tiap lubang kusen pintu yang ditentukan oleh CV. Sinar Mandiri dengan ukuran untuk 1 lubang kusen yaitu 5 meter dengan harga yang berbeda sesuai dengan jenis dan kualitas kayu.

2. Menentukan laba yang diharapkan.

Target Laba yang diharapkan oleh CV. Sinar Mandiri adalah sebesar 30% untuk setiap produk yang mereka jual, tetapi target tersebut sulit diperoleh karena semakin banyak bermunculan usaha serupa yang bergerak dalam bidang meubel yang kemudian menawarkan begitu banyak keunggulannya masing dan salah satunya yaitu harga yang lebih murah dan proses pembuatan yang lebih cepat.

3. Menghitung target biaya (target cost) pada harga pasar dikurangi laba yang diharapkan.

Perhitungan untuk Kusen dengan bahan Kayu Merah

$$\begin{aligned} \text{a. Target Biaya} &= \text{Rp. 375.000} - (30\% \times \text{Rp. 375.000}) \\ &= \text{Rp. 375.000} - \text{Rp. 150.000} \\ &= \text{Rp. 262.500,-} \end{aligned}$$

b. Perhitungan untuk Kusen dengan bahan Kayu Cempaka

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya} &= \text{Rp. 525.000} - (30\% \times \text{Rp. 525.000}) \\ &= \text{Rp. 525.000} - \text{Rp. 157.500} \\ &= \text{Rp. 367.500,-} \end{aligned}$$

c. Perhitungan untuk Kusen dengan bahan Kayu Besi

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya} &= \text{Rp. 725.000} - (30\% \times \text{Rp. 725.000}) \\ &= \text{Rp. 725.000} - \text{Rp. 217.500} \\ &= \text{Rp. 507.500,-} \end{aligned}$$

4. Menggunakan rekayasa nilai (*value engineering*) untuk menentukan cara menurunkan biaya produk.

Dalam upaya mencapai target laba serta meningkatkan keuntungan perusahaan dan untuk memenuhi *target costing* berdasarkan dengan target laba yang diharapkan, untuk itu ada alternatif yang ditawarkan untuk memenuhi hal tersebut dalam proses pengambilan keputusan yang sesuai dengan prinsip dan tahapan-tahapan *target costing* yaitu *rekayasa nilai (value engineering)*. Untuk memenuhi target tersebut, untuk itu penulis memberi alternatif dalam upaya untuk mencapai target tersebut yaitu:

- Mengganti ukuran kayu namun tetap dengan kualitas yang sama
- Mengganti ukuran lem yang dibeli
- Mengganti jenis dempul

Tabel 3. Daftar Harga Kayu Per Satuan

Jenis Kayu	Harga Kayu (Balok 6x16 per 3 meter)
Kayu Merah	Rp. 102.941,-
Kayu Cempaka	Rp. 144.118,-
Kayu Besi	Rp. 220.588,-
Total	Rp. 324.647,-

(Sumber Data : Hasil Olahan Peneliti)

Tabel 3 yaitu daftar harga kayu untuk satuannya yang diperoleh dari harga kayu per kubik kemudian dibagi jumlah banyaknya kayu per kubik. Harga kayu berbeda sesuai dengan jenis dan kualitas kayu masing-masing.

Tabel 4. Biaya Bahan Baku Langsung Kusen Pintu Menggunakan Alternatif dengan Kayu Ukuran 6 x 16 per 3 meter

Jenis Kayu	Jumlah Kayu	Harga Kayu Satuan	Total Nilai Kayu
Kayu Merah	2	Rp. 102.941,-	Rp. 205.882,-
Kayu Cempaka	2	Rp. 144.118,-	RP. 288.236,-
Kayu Besi	2	Rp. 220.588,-	Rp. 441.176,-

(Sumber Data : Data Olahan Peneliti)

Tabel 4 yaitu harga biaya bahan baku langsung untuk tiap lubang kusen pintu yang menggunakan alternatif dengan mengganti ukuran kayu, dimana 1 lubang kusen pintu membutuhkan 2 kayu untuk diolah.

Tabel 5. Biaya Bahan Baku Tidak langsung Menggunakan Alternatif Biaya Bahan Baku Tidak Langsung Nama Bahan Harga

Lem Merk Fox	Rp. 25.000,- / Kg
Dempul 4 Kg	Rp. 115.000,- / 4Kg

(Sumber Data : Hasil Olahan Peneliti)

Tabel 5 adalah biaya bahan baku tidak langsung yang telah diganti menggunakan alternatif dari peneliti dengan mengganti jenis dempul namun kualitasnya hampir sama dengan sebelumnya dan mengganti ukuran bungkus lem namun dengan jenis atau kualitas dan merek yang sama.

Tabel 6. Biaya Bahan Baku Tidak Langsung dengan Alternatif untuk Setiap Pembuatan 1 Lubang Kusen Pintu

Bahan Baku Tidak Langsung	Biaya
Paku (5 inci)	Rp. 1.905,-
Lem Merk Fox	Rp. 2.381,-
Dempul	Rp. 1.643,-

(Sumber Data : Hasil Olahan Peneliti)

Tabel 6 merupakan biaya bahan baku tidak langsung dengan alternatif untuk setiap lubang kusen pintu yang telah diolah.

Tabel 7. Total Biaya Keseluruhan dalam Memproduksi 1 Lubang Kusen Pintu Setelah Penerapan Target Costing

	Kayu Merah	Kayu Cempaka	Kayu Besi
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 205.882,-	Rp. 288.236,-	Rp. 441.176,-
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 11.369,-	Rp. 11.369,-	Rp. 11.369,-
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 21.644,-	Rp. 21.644,-	Rp. 21.644,-
Biaya Pengiriman	Rp. 20.000,-	Rp. 20.000,-	Rp. 20.000,-
Total Biaya	Rp. 258.895,-	Rp. 341.249,-	Rp. 494.189,-

(Sumber Data : Hasil Olahan Peneliti)

Tabel 7 merupakan total biaya keseluruhan untuk pembuatan 1 lubang kusen berdasarkan tiga jenis kayu yang berbeda dan telah menggunakan pendekatan rekayasa nilai untuk menekan biaya produksi agar target laba CV. Sinar Mandiri tercapai dan keuntungan perusahaan meningkat.

Hasil penelitian yang dilakukan di atas yaitu dengan menggunakan metode target costing, diperoleh keberhasilan dalam proses penerapannya sebagaimana yang juga terjadi pada penelitian terdahulu oleh Malue (2013) dimana dengan metode target costing perusahaan mampu melakukan penghematan biaya dan penerapan *target costing* lebih efisien dibandingkan metode yang sebelumnya digunakan perusahaan. Dalam upaya

menghemat dan menekan biaya yang dikeluarkan dengan menggunakan tahapan Rekayasa Nilai (*Value Engineering*) yang dilakukan pada tahap perancangan produk yaitu mengganti jenis bahan baku tidak langsung dengan yang lebih murah harganya namun tetap memiliki kualitas yang baik. Metode *target costing* yang diterapkan dalam penelitian ini juga menghasilkan keberhasilan dan berdampak positif dimana dengan metode *target costing* apabila diterapkan pada CV. Sinar Mandiri dalam proses perancangan produk mereka mampu mencapai laba yang diharapkan dan dibarengi juga dengan akan terjadinya peningkatan keuntungan pada perusahaan.

Dalam proses penerapan *target costing*, rekayasa nilai (*value engineering*) merupakan tahapan yang sangat dibutuhkan dimana dalam proses perencanaan produk perusahaan sebisa mungkin dapat menyiasati atau mendesain kembali dengan menekan biaya proses produksi seperti dengan mengganti hal-hal yang mempengaruhi tingginya biaya yang akan dikeluarkan. Sebagaimana dengan tahapan tersebut kebijakan manajemen perusahaan sebelumnya belum mampu mencapai target keuntungan yang diharapkan, semuanya dapat tercapai ketika metode *target costing* diterapkan. Seperti pada CV. Sinar Mandiri, metode *target costing* yang diterapkan mampu mencapai target laba yang diharapkan oleh perusahaan yaitu sebesar 30%. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Gerungan (2013) penelitian dilakukan untuk menjadi alat penilaian efisiensi perusahaan namun berbeda pada penelitian ini, *target costing* digunakan dalam perencanaan biaya produksi.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai penerapan *target costing* pada CV. Sinar Mandiri, maka kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini yaitu :

1. Perusahaan belum menggunakan metode *target costing* dan masih menggunakan metode perhitungan tradisional.
2. Metode *target costing* yang diterapkan pada CV. Sinar Mandiri berpengaruh terhadap biaya produksi, dimana menerapkan metode tersebut dengan pengendalian biaya yang menggunakan Rekayasa Nilai mampu mengurangi biaya produksi sehingga target laba yang diharapkan oleh perusahaan sebesar 30% tercapai, bahkan bisa mencapai 35% keuntungan yang dapat diperoleh. Dampak positif dari penerapan *target costing* tersebut sangat jelas terlihat pada perubahan jumlah biaya yang dikeluarkan seperti pada kusen menggunakan kayu merah sebelum menerapkan *target costing* jumlah biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 324.647,- kemudian setelah menerapkan menjadi Rp. 258.895,-, kusen menggunakan kayu cempaka sebelum menerapkan jumlah biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 432.341,- kemudian setelah menerapkan menjadi Rp. 341.249,-, dan kusen menggunakan kayu besi sebelum menerapkan jumlah biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 632.341,- kemudian setelah menerapkan menjadi Rp. 494.189,-.

Saran

Setelah melakukan penelitian, maka saran-saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi CV. Sinar Mandiri sebaiknya menerapkan metode *target costing* pada proses perencanaan produksi karena mampu menekan biaya-biaya yang tidak terlalu menuntungkan bagi perusahaan sehingga memperbesar kesempatan memperoleh laba yang diharapkan.
2. Bagi penulis lain yang hendak memilih juga *target costing* dalam penelitiannya agar supaya secara teliti dalam proses penelitian, selain itu dapat menambah variabel mengenai target costing dalam penulisan skripsi. Hal yang disarankan oleh penulis untuk peneliti selanjutnya yaitu dengan menggunakan tahapan kaizen costing dalam penelitiannya karena dalam penelitian ini dan beberapa penelitian sebelumnya baru sampai pada tahapan rekayasa nilai (*value engineering*).

DAFTAR PUSTAKA

Blocher et al. 2008. *Manajemen Biaya : Penekanan Strategis 1*, Penerbit Salemba Empat.

Gerungan H. P. 2013. Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi Pada PT. Tropica Cocoprima, Manado, Universitas Sam Ratulangi, *Jurnal EMBA*, <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/articledownload/2291/1845>, Diakses November 2015, Hal. 863-870.

- Himawan, Pendjaya. 2005 Penerapan Metode Target Costing Sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Mengoptimalkan Perencanaan Laba (Studi Kasus PT. XYZ), Indonesia, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusantara, *Jurnal ESENSI*, http://www.ibn.ac.id/journal/ferdinandus_agung/ferdinandus_agung_penerapan_target_costing.pdf, Diakses Maret 2016, Hal. 7-28.
- Horngren, C. T. Datar, S. M. & Foster, George, 2008. *Akuntansi Biaya Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Krismiaji, Aryani Anni Y. 2011. *Akuntansi Manajemen Edisi kedua*, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Malue J., 2013. Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada PT. Celebes Mina Pratama, Manado, Universitas Sam Ratulangi, *Jurnal EMBA*, <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/1904/1512>, Diakses November 2015, Hal. 949-957.
- Sari. 2012. Penggunaan Target Costing Dalam Pengembangan Produk. Surabaya, Unika Widya Mandala, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, <http://journal.wima.ac.id/index.php/JIMA/article/view/256>, Diakses Maret 2016, Hal. 107-112.
- Sodikin. 2015. *Akuntansi Manajemen, Sebuah Pengantar, edisi kelima*, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Surjaweni. 2015. *Akuntansi Biaya Teori dan Penerapannya*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Wikipedia Indonesia, 2015. *Biaya*. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Biaya>, Diakses April 2016.

