

**ANALISIS PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI
PADA UMKM PRODUKSI TEMPE**

Putri Miranda Hutajulu¹, Arif Tri Hardiyanto², Asep Alipudin³, Ida Farida⁴

^{1,2}Universita Pakuan, Kota Bogor, Indonesia

Email korespondensi: ² miranda.hutajulu27@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis sejauh mana pengetahuan pemilik UMKM, terutama pengrajin tempe, terkait laporan keuangan dan strategi keuangan memengaruhi kemampuan mereka melacak pendapatan, biaya, dan margin keuntungan untuk mengatasi tantangan kenaikan harga bahan baku. Penelitian mengidentifikasi strategi yang dapat digunakan UMKM pengrajin tempe untuk mengelola kenaikan harga bahan baku, khususnya kedelai, dengan menekankan penggunaan metode target costing sebagai Solusi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif eksploratif studi kasus. Tujuannya mengumpulkan informasi aktual tentang masalah penelitian. Fokusnya yaitu penerapan target costing dalam menentukan harga pokok produksi dan memberikan pemahaman yang lebih baik. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan target costing berhasil meningkatkan efisiensi biaya produksi tempe. Biaya produksi dapat ditekan lebih rendah dengan metode ini, berdampak positif terhadap peningkatan laba UMKM tempe. Peneliti menyarankan UMKM mempertimbangkan perhitungan harga pokok produksi, menerapkan metode target costing secara konsisten, dan melakukan pemantauan harga pasar serta biaya produksi untuk mengoptimalkan keuntungan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi keuangan UMKM pengrajin tempe dalam menghadapi kenaikan harga bahan baku.

Kata Kunci : Target Costing, HPP, Strategi

ABSTRACT

This research aims to analyze the extent to which the knowledge of MSME owners, especially tempe craftsmen, regarding financial reports and financial strategies influences their ability to track income, costs and profit margins to overcome the challenges of rising raw material prices. The research identifies strategies that can be used by MSME tempeh craftsmen to manage rising prices of raw materials, especially soybeans, by emphasizing the use of target costing methods as a solution. This research uses an exploratory descriptive case study method. The goal is to collect actual information about the research problem. The focus is on the application of target costing in determining the cost of production and providing a better understanding. Data sources consist of primary data and secondary data. The research results show that target costing has succeeded in increasing the efficiency of tempeh production costs. Production costs can be kept lower with this method, having a positive impact on increasing the profits of tempeh MSMEs. Researchers recommend that MSMEs consider calculating the cost of production, apply target costing methods consistently, and monitor market prices and production costs to optimize profits. Thus, this research contributes to the development of financial strategies for tempeh craftsmen MSMEs in facing rising raw material prices.

Keywords : Target Costing, COGS, Strategy

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini sangat pesat. Persaingan tidak hanya terjadi pada perusahaan besar, namun juga terjadi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Didukung oleh faktor-faktor seperti stabilitas politik, reformasi ekonomi, dan pertumbuhan penduduk yang kuat, hal ini menciptakan peluang bisnis yang luas diberbagai bidang. UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian di suatu negara, termasuk Indonesia. UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan lapangan pekerjaan, sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran.

Salah satu sektor UMKM yang diteliti adalah pengrajin tempe. Tempe merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang mengandung sumber protein nabati dan memiliki nilai gizi tinggi. Indonesia adalah negara dengan konsumsi kedelai terbesar setelah Cina. Namun, produksi kedelai lokal semakin menurun, sementara permintaan semakin meningkat. Hal ini menyebabkan Indonesia harus mengimpor kedelai dengan harga yang relatif tinggi untuk memenuhi kebutuhan produksi tempe. Peningkatan impor kedelai setiap tahunnya menjadi permasalahan yang dihadapi Indonesia sebagai negara dengan konsumsi tempe yang tinggi.

Menurut rapat kerja nasional PPID Balai Besar Pengembangan Pengujian Mutu Benih Tanaman Pangan Dan Hortikultura yang dihadiri oleh Presiden Republik Indonesia, kenaikan harga kedelai merupakan permasalahan yang berulang setiap tahunnya. Kebutuhan kedelai dalam negeri mencapai 2,8 juta ton setiap tahunnya, sedangkan produksi dalam negeri hanya berkisar 300.000 hingga 400.000 ton per tahun. Artinya 2,5 juta ton harus diimpor dari luar negeri. Tingginya permintaan kedelai di pasar dunia dan berkurangnya produksi menjadi penyebab utama kenaikan harga kedelai. Indonesia mengimpor kedelai terbanyak dari Amerika Serikat.

UMKM tempe dihadapkan pada tantangann yang semakin kompleks terutama terkait pengendalian biaya produksi, yang selanjutnya berimbas pada penentuan harga jual produk. Harga jual tempe biasanya ditentukan berdasarkan harga pasar yang berlaku. Hal ini menyebabkan UMKM tempe menghadapi tekanan keuangan yang signifikan dan kesulitan untuk menaikkan harga jual produk mereka. Meskipun produsen tempe melakukan tindakan demonstrasi serempak dan mogok berjualan selama 3 (tiga) hari untuk menaikkan harga jual, upaya tersebut tidak membuahkan hasil. Harga jual tempe tetap normal. Bahkan, jika pedagang menaikkan harga secara sepihak, hal itu dapat mengakibatkan pelanggan beralih ke tempat lain yang menjual dengan harga yang masih normal. Situasi ini menunjukkan bahwa produsen tempe tidak dapat menetapkan harga jual harga semauanya.

Dengan permasalahan yang terjadi, penting untuk UMKM memiliki pengetahuan yang memadai dalam sistem perhitungan keuangan dan produksi yang terstruktur. Dikarenakan dalam proses penakaran kedelai pun tidak adanya perhitungan yang akurat dan hanya mengira-ngira jumlah kedelai yang digunakan. Dengan adanya laporan keuangan dan produksi yang teratur, UMKM dapat melacak pendapatan, biaya, dan keuntungan mereka. Sehingga dapat membantu ketika menghadapi kenaikan harga bahan baku, dan melacak kecurangan yang kemungkinan terjadi di usaha mereka. Dengan demikian, penggunaan metode target costing dalam menentukan harga pokok produksi menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi tantangan biaya terkait dengan kenaikan harga bahan baku. Jika harga kedelai naik, maka biaya produksi tempe juga meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari metode target costing sebagai upaya peningkatan laba pada UMKM yang bergerak di bidang produksi tempe. Penelitian akan berfokus pada perhitungan harga pokok produksi dalam metode target costing.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Akuntansi Manajemen

Menurut Chartered Institute of Management Accountants (CIMA), akuntansi manajemen adalah “proses mengidentifikasi, mengukur, mengumpulkan, menganalisis, menyusun, menafsirkan, dan mengkomunikasikan informasi yang digunakan manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi, dan mengendalikan dalam suatu organisasi” (DR I Gusti Putu Darya MM, 2019). Sedangkan menurut Antameng, akuntansi manajemen adalah penerapan konsep dan metode yang tepat untuk mengelola data ekonomi masa lalu, untuk memprediksi masa depan bisnis, dan untuk membantu manajer membuat rencana bisnis (tujuan) dan mengelola niat mencapai tujuan tersebut (Missah et al., 2019).

Pengertian Biaya

Dalam KBBI (Jaringan), n.d.), Biaya merupakan uang yang digunakan untuk mewujudkan sesuatu, termasuk pengaturan, pelaksanaan, dan lain-lain. Biaya merupakan jumlah uang atau sumber daya lain yang digunakan atau dikorbankan untuk memperoleh atau memproduksi suatu barang atau jasa sehingga menghasilkan produk berupa barang atau jasa. Dalam bisnis, pengeluaran mencakup semua biaya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis, seperti pembelian bahan mentah, gaji karyawan, biaya pemasaran, sewa gedung, biaya utilitas, dan lain sebagainya.

Penetapan Harga Jual

Penetapan harga adalah proses penentuan harga yang akan dibebankan kepada pelanggan atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Hal ini merupakan keputusan strategis yang sangat penting bagi perusahaan, karena harga jual yang tepat dapat berdampak langsung terhadap omzet, keuntungan dan posisi kompetitif perusahaan. Penetapan harga mencakup analisis komponen biaya, tujuan perusahaan, strategi pemasaran dan faktor lain yang mempengaruhi permintaan dan penawaran pasar.

Tujuan Penentuan Harga Jual

Tujuan penetapan harga jual adalah untuk mencapai beberapa tujuan bisnis yang penting. Tujuan umum ketika menetapkan harga jual adalah:

1. Meningkatkan Keuntungan
Salah satu tujuan utama penetapan harga jual adalah untuk mencapai tingkat keuntungan yang diinginkan perusahaan. Harga jual harus mampu menutupi biaya produksi dan operasional perusahaan serta menghasilkan keuntungan yang wajar. Dalam penetapan harga perusahaan harus mempertimbangkan margin keuntungan yang ideal dan memastikan bahwa harga yang ditetapkan akan menghasilkan keuntungan yang wajar dengan mempertimbangkan biaya yang diperlukan.
2. Membangun Citra Nilai
Penentuan harga jual dapat digunakan untuk membangun citra nilai suatu produk atau merek di mata konsumen. Harga yang lebih tinggi mungkin mencerminkan kualitas produk yang lebih tinggi, sedangkan harga yang lebih rendah mungkin menarik konsumen yang sensitif terhadap harga. Tujuannya untuk menciptakan persepsi nilai yang sesuai dengan positioning perusahaan dan produk di pasar.
3. Mempertahankan Daya Saing
Persaingan di pasar harus dipertimbangkan ketika menetapkan harga jual. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan harga yang ditawarkan pesaing sejenis. Jika harga jual terlalu tinggi, perusahaan akan beresiko kehilangan konsumen karena pesaing menawarkan harga yang lebih rendah. Jika harga terlalu rendah, margin keuntungan perusahaan bisa menurun. Tujuan dari ini untuk menentukan harga yang kompetitif dan mencapai keseimbangan antara daya saing dan profitabilitas.
4. Meningkatkan Pangsa Pasar

Dalam beberapa kasus, Perusahaan mungkin memilih untuk menetapkan harga jual yang lebih rendah untuk memasuki pasar baru atau menarik pelanggan baru. Ini akan membantu memperluas pangsa pasar dan membangun basis pelanggan yang lebih besar. Penetapan harga yang agresif dapat menghasilkan peningkatan penjualan jangka pendek dan meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat menghasilkan keuntungan jangka panjang.

5. Mengelola Permintaan

Menetapkan harga jual juga dapat digunakan untuk mengelola permintaan suatu produk atau layanan. Harga yang lebih tinggi cenderung menurunkan permintaan, namun harga yang lebih rendah dapat meningkatkan permintaan. Tujuannya adalah untuk menyesuaikan harga dengan kondisi pasar, ketersediaan produk, siklus hidup produk atau strategi pemasaran yang diinginkan.

Oleh karena itu perusahaan harus menetapkan tujuan utama untuk memperjelas fokus perusahaan. Untuk mencapai tujuan diatas, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan harga jual.

Pengertian Harga Pokok Produksi

Dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi merupakan total biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa yang mencakup seluruh biaya yang berkaitan dengan kegiatan produksi, termasuk bahan baku, tenaga kerja, overhead pabrik, dan biaya-biaya lainnya yang terjadi selama proses produksi dilakukan.

Komponen Perhitungan Harga Pokok Produksi

Komponen utama dalam perhitungan Harga Pokok produksi (HPP) adalah sebagai berikut (Freepik, 2022):

1. Bahan Baku

Merupakan bahan dasar ataupun material mentah yang akan digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu barang atau produk. Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi merupakan biaya pembelian dalam HPP, yaitu berupa biaya pembelian bahan mentah, pengangkutan dan penyimpanan barang.

2. Tenaga Kerja Langsung

Merupakan tenaga kerja yang secara aktif maupun langsung terlibat didalam kegiatan proses produksi barang atau jasa. HPP yang termasuk yaitu mencakup biaya upah maupun tunjangan bagi pekerja. Hal ini mencakup gaji, upah lembur, tunjangan kesehatan, dan tunjangan lain yang diberikan kepada pekerja.

3. Biaya Overhead

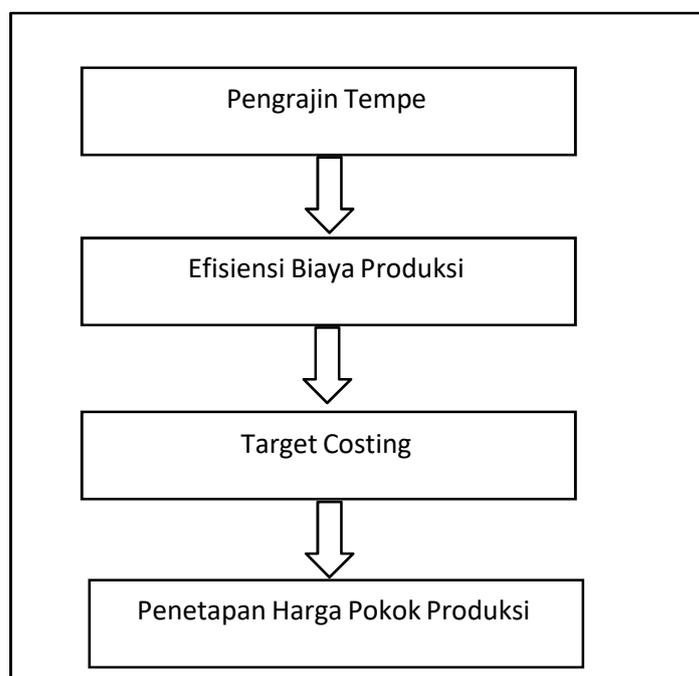
Merupakan biaya tetap tetapi tidak langsung bisa berubah, biaya ini tidak langsung terkait dengan proses produksi secara langsung. Biaya ini merupakan berbagai biaya operasional yang mendukung kegiatan proses produksi dalam menjalankan usaha secara keseluruhan. HPP yang termasuk dalam biaya overhead yang berkaitan dengan produksi yaitu biaya sewa, utilitas, perawatan maupun perbaikan mesin dan lain sebagainya.

Dengan menghitung dan menjumlahkan seluruh komponen biyatersebut, maka dengan itu dapat menentukan harga pokok produksi perunit barang yang akan diproduksi. HPP ini sangat penting dalam perencanaan suatu usaha, penentuan harga jual, dan dalam pengambilan suatu keputusan terkait efisiensi produk.

Target Costing

Target costing digunakan sebagai alat dalam manajemen biaya sejak tahun 1970an, ini merupakan pendekatan yang digunakan perusahaan untuk memberi insentif pada desain produk dengan mempertimbangkan biaya produksi yang rendah. Tujuannya adalah untuk

berikut :



Gambar 2 Kerangka Berfikir

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif eksploratif yaitu studi kasus. Bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara aktual dan terinci tentang suatu fenomena atau masalah penelitian. Fokusnya untuk penerapan metode target costing dalam menentukan harga pokok produksi dan memberikan pemahaman yang lebih baik. Objek pada penelitian ini adalah penerapan *target costing* untuk mengendalikan biaya – biaya produksi yang terkait dengan Dokumentasi merupakan catatan peristiwa masa lalu. Peneliti mampu mengumpulkan data pendukung antara lain profil usaha, biaya produksi termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

Penelitian ini meliputi wawancara dengan pemilik UMKM tempe untuk mengumpulkan informasi, serta pengumpulan data biaya produksi terkait pendekatan target costing, seperti bahan baku, tenaga kerja, biaya overhead, harga bahan, dan harga jual. Data target biaya yang diinginkan dan dokumentasi pendukung juga dikumpulkan. Selanjutnya dilakukan analisis komparatif dengan membandingkan biaya produksi aktual dan target cost, menghitung selisih, serta menganalisis faktor-faktor penyebabnya. Harga pasar kompetitif juga ditentukan dengan mengetahui harga pesaing.

Terakhir, target costing ditetapkan berdasarkan target harga jual dikurangi keuntungan yang diinginkan. harga kedelai dan persaingan pasar yang ketat. pembuatan tempe, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead. UMKM Analisis yang diteliti merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) produksi tempe. Lokasi penelitian ini dilakukan di Jalan Raya Kamurang Desa Citeureup (blok tempe) rt.06/01, Kec. Citeureup, Kab. Bogor, Jawa Barat. Wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh data dari responden. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara tatap muka dengan pemilik usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Tempe Citeureup berlokasi di JL. Raya Kamurang, Ds. Citeureup, Bogor. Usaha ini berdiri sejak tahun 1987 dan merupakan usaha turun temurun dari orangtua pemiliknya. Pemilihan produksi tempe didasarkan pada peluang yang besar pada saat itu. Usaha ini menjual dua jenis tempe, yaitu tempe daun dan tempe plastik. Bahan bakunya adalah kedelai impor dari Amerika. Dalam satu produksi tempe seberat 70 kg, usaha ini dikerjakan oleh satu karyawan selama 4-5 jam per hari. Tujuan didirikannya usaha ini adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga dan memberikan peluang kerja bagi perantau sekampung. Proses produksi tempe meliputi tahapan seperti merebus kedelai, penggilingan, pencampuran, dan fermentasi. Produksi tempe mencapai sekitar 70 kg per hari dan dipasarkan di berbagai tempat. Harga jual ditentukan berdasarkan harga pasar yang berlaku. Usaha ini mengalami kendala dalam menetapkan harga akibat kenaikan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh ringkasan data produksi Usaha Tempe sebagai berikut:

Tabel 1 Ringkasan Data Produksi Usaha Tempe

Nama Produk	Harga Tempe	Unit Produksi	Pendapatan Penjualan
Tempe Daun	Rp 4.000	1.680	Rp 6.720.000
Tempe Plastik	Rp 4.000	6.120	Rp 24.480.000
Total		7.800	Rp 31.200.000

Sumber : UMKM Produksi Tempe

Berdasarkan hasil ringkasan data produksi tempe diperoleh akumulasi harga pokok produk tempe daun dan plastik menurut perhitungan UMKM tempe pada bulan November :

Tabel 2 HPP per Produk Tempe Daun Menurut Usaha Tempe per November 2023

No	Tempe Daun	
1	Biaya Bahan Baku	Rp 2.737
2	Biaya Tenaga Kerja	Rp 277
3	Biaya Overhead	Rp 447
4	Total Biaya per Produk	Rp 3.461
5	Unit Produksi	1.680
6	Total Keseluruhan Biaya Produksi	Rp 5.814.480
7	Harga	Rp 4.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Pada November 2023 harga pokok produksi pada tempe daun dengan total keseluruhan biaya produksi sebesar $Rp3.461 \times 1.680 = Rp5.814.480$ dan memiliki total biaya per produk sebesar Rp3.461 yang meliputi biaya bahan baku sebesar Rp2.737, biaya gaji tenaga kerja sebesar Rp277, biaya overhead sebesar Rp447 dan unit yang diproduksi sebanyak 1.680 pcs, dengan harga yang ditentukan UMKM sebesar Rp4.000 per pcs.

Tabel 3 HPP per Produk Tempe Plastik Menurut Usaha Tempe per November 2023

No	Tempe Plastik	
1	Biaya Bahan Baku	Rp 2.737
2	Biaya Tenaga Kerja	Rp 277
3	Biaya Overhead	Rp 447
4	Total Biaya per Produk	Rp 3.461
5	Unit Produksi	6.120
6	Total Keseluruhan Biaya Produksi	Rp 21.181.320
7	Harga	Rp 4.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Pada November 2023 harga pokok produksi pada tempe plastik dengan total keseluruhan biaya produksi sebesar $Rp3.461 \times 6.120 = Rp21.181.320$ dan memiliki total biaya per produk sebesar Rp3.461 yang meliputi biaya bahan baku sebesar Rp2.737, biaya gaji tenaga kerja sebesar Rp277, biaya overhead sebesar Rp447 dan unit yang diproduksi sebanyak 6.120, dengan harga yang ditentukan UMKM sebesar Rp4.000.

Sehingga total keseluruhan Harga Pokok Produksi yang dikeluarkan Usaha tempe pada bulan November yaitu sebesar Rp. 26.995.800 dengan laba kotor yang diperoleh dibulan November sebesar Rp. 31.200.000. Memperoleh laba bersih sebesar Rp. 4.204.200 dengan persentase keuntungan 13.48% dari total penjualan.

Menentukan Target Laba

Untuk meningkatkan laba. pemilik Usaha tempe ingin memperoleh keuntungan sebesar 20% dari setiap penjualan per tempennya.

Berikut ini merupakan perhitungan target laba untuk setiap jenis tempe :

$$\begin{aligned}
 \text{Target Laba} &= \text{Harga jual per unit} - (100\% - 20\%) \times \text{biaya per unit} \\
 &= Rp 4.000 - (80\%) \times 4.000 \\
 &= Rp 4.000 - 0,8 \times 4.000 \\
 &= Rp 4.000 - Rp 3.200 \\
 &= Rp 800 / pcs
 \end{aligned}$$

Pada produk tempe laba yang ditetapkan UMKM sebesar Rp 800 / pcs.

Menentukan Biaya Per Produk

Untuk dapat menjual produknya, Usaha tempe terlebih dahulu menghitung biaya produksi yang dibutuhkan sesuai dengan kebutuhan untuk menghasilkan tempe. Usaha tempe ini memiliki biaya produksi yang besarnya mencapai 80% dari harga jual yang ditetapkan, yaitu Rp4.00 perunit. Dengan demikian, biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi satu unit tempe adalah sebesar Rp 3.200.

$$\begin{aligned}
 \text{Target Biaya} &= \text{Harga jual per unit} - (100\% - 80\%) \times \text{biaya per unit} \\
 &= Rp 4.000 - (20\%) \times 4.000 \\
 &= Rp 4.000 - 0,2 \times 4.000 \\
 &= Rp 4.000 - 800 \\
 &= Rp 3.200 / pcs
 \end{aligned}$$

Pada produk tempe biaya yang sudah ditetapkan UMKM sebesar Rp3.200 / pcs. Dengan akumulasi perhitungan diatas diperlukan perbandingan hitungan terkait harga berdasarkan perhitungan UMKM dan harga berdasarkan perhitungan *Target Costing*. Dengan adanya perbandingan perhitungan, diharapkan dapat menguji penggunaan metode *target costing*, apakah efisien atau tidak. , berikut merupakan perbandingan perhitungan biaya dan laba

pada UMKM tempe :

Tabel 4 Analisis Perhitungan Biaya dan Laba Tempe Berdasarkan Usaha Tempe

Nama Produk	Harga	Unit Produksi	Biaya		Laba	
			Value	Total Biaya	Value	Total Laba
Tempe Daun	Rp 4.000	1.680	Rp 3.461	Rp 5.814.480	Rp 539	Rp 905.520
Tempe Plastik	Rp 4.000	6.120	Rp 3.461	Rp 21.181.320	Rp 539	Rp 3.298.680

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Metode *target costing* digunakan untuk menganalisis biaya penjualan per produk pada UMKM tempe. Hasil analisis menunjukkan bahwa biaya penjualan tempe daun per produk sebesar Rp3.200, dengan total biaya yang terkumpul mencapai Rp5.376.000. Selain itu, laba penjualan per produk adalah sebesar Rp800, dengan total laba yang berhasil diraih sebesar Rp1.344.000. Sedangkan untuk hasil analisis tempe plastik menunjukkan bahwa biaya penjualan per produk sebesar Rp3.200, dengan total biaya yang terkumpul mencapai Rp19.584.000. Selain itu, laba penjualan per produk adalah sebesar Rp800, dengan total laba yang berhasil diraih sebesar Rp4.896.000.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat selisih yang cukup signifikan terkait perhitungan UMKM tempe dengan metode *target costing*, baik untuk produk tempe daun maupun tempe plastik. Dengan selisih yang didapat sebesar Rp261 untuk setiap produk.

Value Engineering

1. Untuk meningkatkan konsistensi dan efisiensi produksi, UMKM Tempe disarankan untuk menimbang kedelai sebelum mengemas setiap bungkus. Dengan cara ini, dapat mencapai hasil produksi yang lebih stabil, menghindari pemborosan bahan baku, dan meningkatkan efisiensi secara keseluruhan. Yang sebelumnya hanya menghasilkan 6.120 tempe plastik dapat meningkat menjadi 6.720. Hal ini disebabkan karena sebelumnya, pengemasan tempe plastik dilakukan tanpa adanya penimbangan, sehingga jumlah setiap bungkus per hari berfluktuasi antara 255-280 bungkus. Dengan itu saya menggunakan jumlah bungkus terbanyak, diangka 280 untuk perharinya, maka dalam 24 hari kerja dapat dihasilkan 6.720 bungkus tempe plastik.
2. Sebagai pelanggan tetap di gudang pemasok, disarankan pemilik UMKM tempe melakukan negosiasi harga. Mengingat bahwa jumlah kedelai yang dipesan dalam volume yang besar, ini memberikan posisi tawar yang lebih kuat dalam bernegosiasi. Untuk meminta potongan harga Rp2.000 setiap pembelian, yang sebelumnya harga diperoleh Rp882.000 dapat berkurang menjadi Rp880.000.
3. Pemilik UMKM tempe sebaiknya mengkomunikasikan kepada pemasok kayu bahwa persediaan kayu sering habis dalam waktu yang tidak pasti, berkisar antara 3 hingga 4 hari tergantung jenis kayu, sehingga pemasok kayu menyediakan kayu dengan jenis balok guna memperpanjang masa pakai kayu menjadi 4 hari.

Setelah dilakukannya analisis *value engineering* terjadinya peningkatan perolehan produk penjualan, dapat dilihat perhitungan peningkatan efisiensi biaya sebagai berikut

Tabel 6 Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi Usaha Tempe

No	Keterangan	Biaya Pemilik		Target Costing		Selisih
		Tempe Daun	Tempe Plastik	Tempe Daun	Tempe Plastik	
1	Bahan Baku	Rp 2.737	Rp 2.737	Rp 2.536	Rp 2.536	Rp 201
2	Tenaga Kerja	Rp 277	Rp 277	Rp 277	Rp 277	-
3	Biaya Overhead	Rp 447	Rp 447	Rp 399	Rp 399	Rp 48

Total	Rp	3.461	Rp	3.461	Rp	3.212	Rp	3.212	Rp	249
Unit Produksi		1.680		6.120		1.680		6.720		600
Total Keseluruhan Biaya Produksi		Rp 5.814.480		Rp 21.181.320		Rp 5.396.160		Rp 21.584.640		Rp 15.000
Harga	Rp	4.000	Rp	4.000	Rp	4.000	Rp	4.000		-

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Dengan menerapkan opsi-opsi dari biaya produksi berhasil dikurangi untuk tempe plastik dari awalnya sebesar Rp3.461 per produk menjadi Rp3.212, dengan total penghematan sebesar Rp15.000 per bulan. Metode *target costing* terbukti efektif dalam menurunkan biaya produksi secara signifikan, sehingga total biaya produksi berhasil turun menjadi Rp26.980.800 dari sebelumnya Rp26.995.800.

Tabel 7 Perbandingan Biaya per Produk Dengan Perhitungan Pemilik Usaha dan Perhitungan Target Costing Melalui Biaya Produksi Pada Usaha Tempe

Jenis Produk	Menurut UMKM	Menurut Target Costing	Selisih Biaya
Tempe Daun	Rp 3.461	Rp 3.212	Rp 249
Tempe Plastik	Rp 3.461	Rp 3.212	Rp 249

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Melalui implementasi rekayasa nilai di Usaha Tempe, berhasil terbukti bahwa efisiensi biaya produksi pada produk tempedaun dan tempe plastik dapat dicapai. Sebelumnya, biaya produksi per produk mencapai Rp 3.461, namun dengan rekayasa nilai, biaya produksi berhasil diturunkan menjadi Rp 3.212 per produk. Hal ini menghasilkan pengurangan biaya sebesar Rp 249 per produk

Tabel 8 Perbandingan Biaya Perbulan Dengan Perhitungan Pemilik Usaha dan Perhitungan Target Costing Melalui Efisiensi Biaya Produksi Pada Usaha Tempe

Menurut Pemilik	Menurut Target Costing	Selisih Biaya
Rp 26.995.800	Rp 26.950.800	Rp 15.000

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Dengan menerapkan metode *target costing*, Usaha Tempe berhasil mengurangi biaya produksi tempe per bulan menjadi Rp26.950.800 yang sebelumnya yaitu Rp26.995.800. Usaha Tempe berhasil menghemat biaya produksi sebesar Rp15.000 per bulan dengan jumlah produksi tempe meningkat. Melalui efisiensi biaya produksi yang diimplementasikan melalui metode *target costing*.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *target costing* merupakan alternatif yang tepat dalam menurunkan dan mengendalikan biaya produksi. Penelitian ini mengungkapkan keberhasilan metode *target costing* dalam meningkatkan efisiensi biaya produksi pada Usaha Tempe. Metode ini menggunakan analisis metode rekayasa nilai produk pada tahap desain yang sangat penting, karena sebagian besar biaya produk ditentukan dan dapat diantisipasi.

Tabel 9 Perbandingan Laba Perbulan Dengan Perhitungan Pemilik Usaha dan Perhitungan Target Costing Melalui Efisiensi Laba Produksi Pada Usaha Tempe

Menurut UMKM	Menurut Target Costing
Rp 4.204.200	Rp 6.619.200

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah

Penelitian ini menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan laba yang diraih oleh Usaha Tempe pada bulan November 2023. Sebelumnya, pemilik hanya meraup laba sebesar Rp4.204.200, namun setelah menerapkan metode *target costing*, laba mereka meningkat menjadi Rp6.619.200.

KESIMPULAN

Penentuan harga jual pada Usaha ini sebelumnya hanya mengikuti harga jual pasar tanpa memperhitungkan harga pokok produksi. Oleh karena itu, peneliti melakukan estimasi harga pokok produksi menggunakan metode tradisional dengan tahapan menghitung biaya produksi terlebih dahulu untuk mengetahui biaya dari setiap produk dan laba yang diperoleh.

Penerapan *target costing* pada usaha tempe berhasil meningkatkan efisiensi biaya produksi. Sebelumnya, biaya produksi per produk adalah Rp3.461/pcs untuk bulan November. Namun, dengan menerapkan target costing, biaya produksi dapat ditekan menjadi Rp3.212/pcs.

Sebelum menggunakan *target costing*, usaha tempe mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp26.995.800 untuk bulan November untuk memproduksi 7.800 tempe. Namun, dengan menerapkan target costing, biaya produksi dapat diefisienkan menjadi Rp26.980.000 menghasilkan 8.400 tempe.

Penerapan target costing juga memberikan efek yang positif terhadap peningkatan laba yang diperoleh pemilik usaha tempe selama bulan November 2023. Sebelumnya, pemilik hanya memperoleh laba sebesar Rp4.204.200. Namun, dengan menerapkan target costing, laba meningkat menjadi Rp6.619.200.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, T. H., Fahrudin, T., & Wisna, N. (2022). Aplikasi Web Untuk Penerapan *Target Costing* Dalam Perhitungan Biaya Produk Berdasarkan Metode Job Order Costing (Studi Kasus: UMKM Puri Utami, Bandung). *E-Proceeding of Applied Science*, 8(6), 776–782.
- Alkababji, MW (2023). Dampak penerapan target biaya dan perbaikan berkelanjutan (kaizen) terhadap pencapaian keunggulan kompetitif berkelanjutan perusahaan industri Palestina. *Jurnal Perkembangan Bisnis dan Sosial Ekonomi*, 3(4), 372-387. <https://doi.org/10.1108/jbsed-11-2022-0121>
- Ardiansyah, B., Haq, A., & Rahmi, A. (2021). PENERAPAN TARGET COSTING SEBAGAI SISTEM PENETAPAN HARGA JUAL DAN PENINGKATAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA KEDAI D’HOOK TAHUN 2017. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 7(1).
- Area, U. M. (2023). MENGGUNAKAN METODE FULL COSTING DAN VARIABEL COSTING DALAM MENENTUKAN HARGA SKRIPSI OLEH : ANNISA AYUANDIRA PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN *Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana*.
- Astuti, D., Fauzi, A., Hafidzi, M. K., Ramadhani, N., Rahmah, N., & Dikdaya, T. (2022). Klasifikasi Biaya Berdasarkan Produksi dan Perannya terhadap Goal Perusahaan (Literature Review Akuntansi Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(3), 290-302. <https://www.dinastirev.org/JIHHP/article/view/1041>
- Azwar, M. (n.d.). RI Negeri Agraris Suka Tempe, Tapi Getol Impor Kedelai. *CNBC Indonesia 2023*. https://www.cnbcindonesia.com/news/20230117073123-4-405950/ri-negeri-agraris-suka-tempe-tapi-getol-impor-kedelai?_gl=1*y5mxol*_ga*YW1wLTIRazJ5QkJO0EI5TGM5RndQOHUtO_UE.
- Carter. (n.d.). *klasifikasi biaya*. https://e-journal.uajy.ac.id/30822/3/180424342_2.pdf
- Eli Kuncoro, P. A. M. (n.d.). *PPID BALAI BESAR PENGEMBANGAN PENGUJIAN MUTU BENIH TANAMAN PANGAN DAN HORTIKULTURA*. <https://bbppmbtphntanamanpangan->

- [ppid.pertanian.go.id/index.php/news/view/1077#:~:text=Bushel adalah unit pengukuran yang sama dengan 27%2C2 kilogram](http://ppid.pertanian.go.id/index.php/news/view/1077#:~:text=Bushel%20adalah%20unit%20pengukuran%20yang%20sama%20dengan%2027%2C2%20kilogram)
- Freepik. (2022). *Cara Menghitung Harga Pokok Produksi*. Run System. <https://runsystem.id/id/blog/harga-pokok-produksi/>
- Gui, A. (2022). *Target Costing*. Binus University School of Information Systems. <https://sis.binus.ac.id/category/article/>
- Idris, M. (n.d.). *Di era Soeharto, RI Bisa Swasembada Kedelai, Kenapa Kini Impor Terus?* Kompas.Com, 23 Februari 2022. <https://amp.kompas.com/money/read/2022/02/23/105537126/di-era-soeharto-ri-bisa-swasembada-kedelai-kenapa-kini-impor-terus>
- Jannah, M. (2018). Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor. *Banque Syar'i*, 7, 87–112.
- Jaringan), K. versi online/daring (dalam. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. <https://kbbi.web.id/biaya.html>Kacaribu, A. A., Satria, F., & Satria, F. (2022). *AKUNTANSI BIAYA*. Drestanta Pelita Indonesia Press, 1-54.
- Lantang, A. S., & Wibisono, L. K. (2023). *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada UD . Madina Kecamatan Tondon Kabupaten Toraja Utara*. 2(1).
- Mariana Tandi, D. N. D. (2022). ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN METODE FULL COSTING DAN VARIABLE COSTING PADA USAHA PENJAHIT DEWANTA Mariana. *Jurnal Ulet Volume 6 No 1*, 18(1), 58–75. <http://ejournal.stiejb.ac.id/index.php/jurnal-ulet/article/view/204>
- Missah, L. N., Ilat, V., & Tirayoh, V. Z. (2019). Pengaruh karakteristik informasi akuntansi manajemen terhadap kinerja manajerial pada PT. Bank Sulutgo. *Indonesia Accounting Journal*, 1(2), 39.
- Muharam, S. (2021). *Penerapan Target Costing Sebagai Upaya Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada CV Golden Foods Asia Raya Periode 2019*. <https://repository-feb.unpak.ac.id/home/handle/123456789/184> Name, C., Name, T., Revd, R. T., Lungile, L., World Economic Forum, Fitzpatrick, T., Modeling, L. M., Measurement, F., Snowrift, O. N., Environmental, A. R., Regional, S. S., Power, E., Limited, G. C., Influence, T. H. E., Snow, O. F., On, F., Around, S., Embankment, T. H. E., Wind, I. N., ... End, F. Y. (2021). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(2), 6.
- Nandy. (n.d.). *Strategi Penetapan Harga: Pengertian, Faktor, dan Macamnya*. Gramedia Literasi. <https://www.gramedia.com/literasi/strategi-penetapan-harga/>
- Pioh, F. T. C., Manossoh, Hendrik, & Tirayoh, V. Z. (2019). Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Alat Bantu Untuk Meminimalkan Biaya Produksi Dalam Rangka Mengoptimalkan Perolehan Laba Pada Ud. Acong Bakery. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 3149–3158.
- Poetri, A. (2011). Bab II Harga Pokok Produksi. *Harga Pokok Produksi*, 9–31. <http://ejournal.uajy.ac.id/1552/3/2EA15979.pdf>
- PURWANTO, E. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 248–253. <https://doi.org/10.30871/jama.v4i2.2402>
- Rahmawati, M. (2021). *Penerapan target costing sebagai upaya peningkatan laba untuk produksi keripik salak pada masa pandemi covid-19: Studi pada home industry Syakira Lumajang*. 19. <http://etheses.uin-malang.ac.id/31106/%0Ahttp://etheses.uin-malang.ac.id/31106/2/17520044.pdf>
- Rosyda. (n.d.). *Pengertian Harga: Fungsi, Jenis, Tujuan, dan Contohnya*. GramediaBlog. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertianharga/#g>

[oogle vignette](#)

- Saefullah, M. Y. (2022). 2022 *Muhamad Yusuf Saefullah 022118260. November*. Santika, E. F. (n.d.). *Harga Kedelai Internasional Naik 3 Bulan Beruntun hingga November 2023*. Databoks 17/11/2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/17/harga-kedelai-internasional-naik-3-bulan-beruntun-hingga-november-2023>
- Simanjuntak, N., & Doloksaribu, A. (2021). Teknik Pengurangan Biaya Dengan Tujuan Meningkatkan Produktivitas Dalam Pencapaian Laba Yang Maksimum: Sebuah Kajian Pustaka. *PROFESIONAL Jurnal Ekonomi*, 1(1), 17–23. <https://jurnal.yappsu.org/index.php/skylandsea/article/view/3%0Ahttps://jurnal.yappsu.org/index.php/skylandsea/article/download/3/3>
- Siska Yulia Weny. (2023). Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Pokok Penjualan Pada PT. Sejahtera Sentosa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(1), 101–113. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i1.62>
- Tambunan, H. B., Ilat, V., & Pusung, R. J. (2021). Analisis Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Penghematan Biaya Produksi pada UMKM Trendy Fried Chicken di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 1335–1341.
- Utami, E. O., Sokarina, A., & Suryantara, A. B. (2022). Analisis Penerapan *Target Costing* Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(4), 621–635. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i4.333>