

**PENERAPAN METODE TARGET COSTING DALAM
PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA
PEMBUATAN PRODUK INNER CARTON (STUDI KASUS
PT. MAKMUR MULTI MITRA)**

Fitri Farah Diba¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Cholis Hidayati²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

cholishidayati@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

In this study using descriptive qualitative research methods. Case study at PT. Makmur Multi Mitra which is engaged in the manufacture of inner carton products operating in Surabaya and research only focuses on making inner cartons for the period 2015. The data source used in this study is internal data sources namely data obtained from within the company consisting of primary data and secondary data. Management of PT. Makmur Multi Mitra has determined the price of its inner carton products of Rp. 5,000.00 per pcs and the price is lower than its competitors. From the selling price the company wants a profit of Rp. 1,500.00 per pcs but after analyzing the manufacturing costs which include the cost of raw materials, direct labor costs, and overhead costs it turns out that the actual profit obtained is only Rp. 1,369.00 because the actual cost of production is Rp. 3,631.00. Therefore, the authors provide a solution to reduce production costs by offering three scenarios and one of the scenarios suggested to be implemented is to make changes by replacing direct raw materials used by the company with slightly lower quality raw materials (KW II) while replacing materials for engineering coating of prints to reduce manufacturing costs to Rp. 3,465.00 per pcs inner carton or smaller Rp. 35.00 from the target cost and get a profit of Rp. 1,535.00 per pcs.

Keywords: Target Costing, Cost of Production, Costs, Selling Price

ABSTRAK

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Studi kasus pada PT. Makmur Multi Mitra yang bergerak di bidang pembuatan produk inner carton yang beroperasi di Surabaya dan penelitian hanya berfokus pada pembuatan inner carton untuk periode 2015. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data internal yaitu data yang diperoleh dari dalam perusahaan yang terdiri atas data primer dan data sekunder. Manajemen PT. Makmur Multi Mitra telah menentukan harga inner carton produknya sebesar Rp. 5.000,00 per pcs dan harga itu lebih

rendah dibanding pesaingnya. Dari harga jual tersebut perusahaan menginginkan laba Rp. 1.500,00 per pcs tetapi setelah dilakukan analisa terhadap biaya manufakturnya yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead*-nya ternyata laba aktual yang diperoleh hanya Rp. 1.369,00 karena biaya aktual produksinya sebesar Rp. 3.631,00. Oleh karena itu, penulis memberikan solusi untuk mengurangi biaya produksi dengan menawarkan tiga skenario dan salah satu skenario yang disarankan untuk diterapkan adalah melakukan perubahan dengan mengganti bahan baku langsung yang digunakan perusahaan dengan bahan baku yang berkualitas sedikit rendah (KW II) sekaligus mengganti bahan untuk teknik pelapisan hasil cetakan agar dapat menekan biaya manufaktur hingga menjadi Rp. 3.465,00 per pcs inner carton atau lebih kecil Rp. 35,00 dari *target cost* dan memperoleh laba sebesar Rp. 1.535,00 per pcs.

Kata Kunci: Target Costing, Harga Pokok Produksi, Biaya, Harga Jual

PENDAHULUAN

Agar dapat bersaing dalam pasar saat ini, perusahaan harus dapat menciptakan suatu produk baik barang maupun jasa yang harganya lebih rendah atau harganya sama dengan harga yang ditawarkan para pesaingnya. Untuk dapat memperoleh produk seperti itu, perusahaan harus berusaha mengurangi biaya yang harus dikeluarkan pada proses produksinya. Salah satu metode yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan di Jepang untuk lolos dari keterpurukan setelah kalah perang dan dibom atom setelah perang dunia kedua adalah *target costing*. Konsep *target costing* sangat sesuai sejalan dengan meningkatnya persaingan serta tingkat penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan, maka kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. Untuk itulah diperlukan *target costing* untuk dapat mencapai tujuan perusahaan dalam rangka pengurangan biaya (*cost reduction*), yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif.

Sebagai salah satu manajemen inovasi, penerapan *target costing* dalam suatu perusahaan juga harus memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan keberhasilan implementasi dari adanya inovasi tersebut. Pada saat *target costing* mulai diambil dan diimplementasikan oleh operasi bisnis organisasi di dalam lingkungan bisnis yang lain maka dapat diasumsikan bahwa suatu hal yang baru tentang pendekatan tersebut dapat dipelajari dengan memperhatikan apa yang sedang terjadi dengan konteks bisnis lainnya (Kusuma dan Ayu Noorida Soerono:2008).

TINJAUAN PUSTAKA

Biaya

Akuntansi biaya mengatur sumber-sumber ekonomi yang digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa dengan satuan uang. Satuan pengukur yang digunakan untuk menyatakan nilai uang dari berbagai sumber ekonomi yang digunakan tersebut dikenal dengan istilah "*cost*". Pemakaian istilah *cost* selalu dikaitkan dengan objek atau tujuan dari sumber-sumber penggunaan ekonomi. *Cost* atau biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dengan satuan yang dilakukan untuk memperoleh aktiva dan dapat memberikan manfaat ekonomis dimasa yang mendatang, dan dikelompokkan sebagai harta (Sugianto:2007).

Harga Pokok Produksi

Pengertian Harga Pokok Produksi menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2010:49), harga pokok produksi adalah : "Kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku

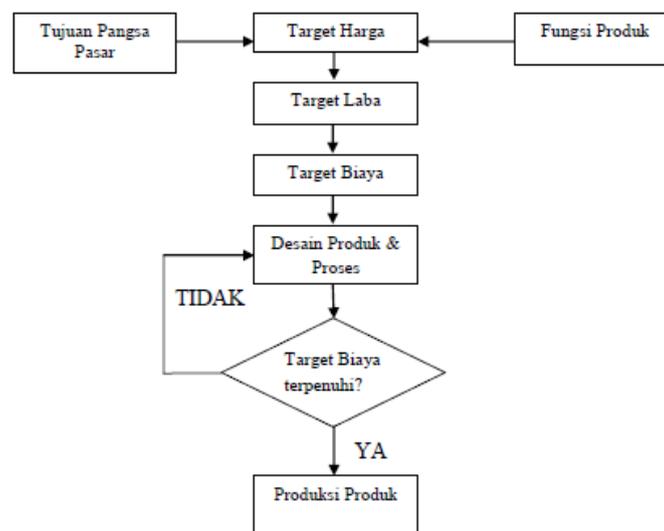
langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu. Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir.”

Harga Jual

Hansen dan Mowen (2001:633) mendefinisikan “Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”. Menurut Mulyadi (2001:78) “Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up”. R. A. Supriyono mendefinisikan (1991:332): “Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”.

Target Costing

Menurut Wiguna dan Sormin (2007) *target costing* adalah Penentuan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut akan dapat memperoleh laba yang diharapkan. Suatu ilmu yang memastikan kalau produk baru akan menguntungkan ketika dikeluarkan.



Gambar 2.1 Proses target costing
(Sumber : Hansen dan Mowen, 2009 : 362)

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Studi kasus pada PT. Makmur Multi Mitra yang bergerak di bidang pembuatan produk inner carton yang beroperasi di Surabaya dan penelitian hanya berfokus pada pembuatan inner carton untuk periode 2015. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data internal yaitu data yang diperoleh dari dalam perusahaan. Teknik analisis data dengan *target cost* perusahaan berdasarkan pada target harga jual perusahaan dikurangi laba yang telah ditentukan oleh perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Skenario Pertama

Pada skenario pertama ini penulis menawarkan perubahan pada beberapa bahan baku yang digunakan oleh perusahaan, yaitu mengganti bahan baku langsung yang digunakan perusahaan dengan kualitas sedikit lebih rendah (KW II) yang hampir sama dengan bahan baku yang digunakan oleh pesaing. Dengan demikian penggantian bahan baku ini tidak akan mengurangi pangsa pasar. Adapun bahan baku yang diubah adalah tinta hitam, kuning, biru, merah dan kertas duplex.

Skenario Kedua

Pada skenario kedua, penulis menawarkan perubahan pada bahan untuk teknik pelapisan cetakan yang digunakan oleh perusahaan, yaitu mengganti bahan teknik pelapisan cetakan yang digunakan perusahaan dengan kualitas yang lebih bagus dan harga yang lebih murah dibanding bahan pelapisan yang sebelumnya. Dengan demikian penggantian bahan pelapisan tidak akan mengurangi pelanggannya.

Skenario Ketiga

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa pada skenario ketiga, perubahan dilakukan dengan menggabungkan skenario pertama dan skenario kedua, yaitu melakukan perubahan pada beberapa bahan baku yang digunakan oleh perusahaan, yaitu mengganti bahan baku langsung yang digunakan perusahaan dengan kualitas sedikit lebih rendah sekaligus mengganti bahan untuk teknik pelapisan cetakan sebagaimana

dijelaskan di skenario kedua, yaitu mengganti bahan pelapisan cetakan *UV* dengan bahan pelapisan cetakan *waterbase* yang berkualitas bagus dan harga lebih murah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Dalam rangka memperoleh keuntungan, perusahaan percetakan PT. Makmur Multi Mitra Surabaya telah menetapkan harga jual atau sebesar Rp. 5.000,00 per pcs inner carton dengan harapan memperoleh laba 30% dari harga jual atau sebesar Rp. 1.500,00
2. Berdasarkan perhitungan, biaya manufaktur yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead ternyata belum sesuai dengan *target profit* yang diharapkan perusahaan karena biaya produksi aktual perusahaan masih melebihi *target cost* yaitu sebesar Rp. 3.631,00 atau lebih tinggi Rp. 131,00.
3. Dengan demikian perusahaan perlu melakukan perencanaan ulang pada desain biaya manufaktur dan penulis uji coba menganalisis biaya manufaktur perusahaan untuk dapat mencapai *target cost* yang diinginkan melalui proses *value engineering* dengan menggunakan tiga skenario.
4. Pada skenario pertama yaitu dengan mengganti bahan baku langsung yang digunakan perusahaan dengan kualitas sedikit sedang (KW II) yang sepadan dengan bahan baku yang digunakan oleh pesaing, perusahaan dapat menekan biaya manufaktur hingga mendekati *target cost* yaitu sebesar Rp. 3.506,00. Dari skenario kedua yang melakukan perubahan pada bahan teknik pelapisan hasil cetakan, perusahaan dapat menekan biaya manufaktur hingga sebesar Rp. 3.590,00. Sedangkan dari skenario ketiga dengan mengganti bahan baku langsung yang digunakan perusahaan dengan kualitas sedang (KW II) sekaligus merubah bahan untuk teknik pelapisan hasil cetakan dengan menggunakan bahan *waterbase* yang dapat menekan biaya manufaktur hingga menjadi Rp. 3.465,00 atau lebih kecil Rp. 35,00 dari *target cost*. Dengan demikian kiranya skenario ketigalah yang lebih efisien dalam mengurangi biaya manufaktur perusahaan meskipun harus mengubah kualitas sebagian bahan baku.

Saran

Bertitik tolak dari kesimpulan sebagaimana tersebut di atas dan kajian pada bab-bab sebelumnya, kiranya dapat diberikan saran bahwa untuk mencapai *target cost* yang diinginkan perusahaan penulis menyarankan agar manajemen perusahaan percetakan PT. Makmur Multi Mitra Surabaya mengadakan perubahan pada beberapa bahan baku langsung

yaitu tinta hitam, tinta biru, tinta kuning, dan tinta merah serta sekaligus perubahan bahan untuk teknik pelapisan hasil cetakan sebagaimana skenario ketiga yang ditawarkan penulis. Apabila skenario ketiga dilakukan, maka perusahaan akan dapat menekan biaya produksi hingga dibawah *target cost*.

DAFTAR PUSTAKA

- Seila, Raden. (2015). Penentuan Harga Jual. Diakses tanggal 15 Oktober 2015 dari http://www.kompasiana.com/lasmidaraseila/penentuan-hargajual_563f1c86f77e612609970b17
- Indra, Wicaksono. (2013). Pengertian Harga Pokok Produksi Menurut Para Ahli. Diakses tanggal 15 Oktober 2015 dari <http://infodanpengertian.blogspot.co.id/2015/11/pengertian-hargapokok-produksi.html>
- Budianas, Nanang. (2013). Pengertian Harga Pokok Produksi. Diakses tanggal 15 Oktober 2015 dari <http://nanangbudianas.blogspot.co.id/2013/02/pengertian-harga-pokok-produksi.html>
- Supriyadi, Heri. (2013). Penerapan Target Costing Dalam Upaya Pengurangan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Diakses tanggal 16 Oktober 2015 dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/23878/1/Penerapan%20Target%20Costing%20Dalam%20Upaya%20Pengurangan%20Biaya%20Produksi%20Untuk%20Peningkatan%20Laba%20Perusahaan.pdf>
- Adityaningsih, Yuliana. (2011). Analisis Pendekatan *Target Costing* Dalam Rangka Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Pada PT XYZ. Makasar: Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin. Diakses tanggal 16 Oktober 2015 dari <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/1340/skripsi%20-%20rektorat.pdf>
- Apriweni. (2006). *Target Costing dengan Efisiensi Biaya dan Laba*. Jakarta: IBII Blocher, J Edward, Chen, Kun H. Lin and Thomas W. 2000. *Manajemen Biaya dengan Tekanan Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- YASIN, MUHAMMAD, and KASINO KASINO. "ANALISIS PENGARUH PAD DAN BELANJA PEMBANGUNAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAERAH DI KABUPATEN dan KOTA se-JAWA TIMUR." *JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3, no. 02 (2018).

