

## Peran *Target Costing* dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kota Surabaya

Pramandiyah Fitah Kusuma, SE., M.Ak<sup>1</sup>, Dessy Ismah Anggraini, SE., MA<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Institusi/Lembaga

Contoh: Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Stikubank

e-mail: <sup>1</sup>xxx@xxxx.xxx, <sup>2</sup>xxx@xxxx.xxx

### ABSTRAK

*Target costing* adalah merupakan metode yang dapat digunakan untuk menentukan target harga serta biaya maksimal untuk suatu produk untuk dapat mencapai keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkan. *Target costing* merupakan metode yang tepat digunakan bagi usaha dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *target costing* dapat diterapkan oleh UMKM di Surabaya terutama makanan dan dapat meningkatkan daya saing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa UMKM makanan di Surabaya telah menerapkan *target costing* dan berdampak pada meningkatnya daya saing seiring dengan meningkatnya laba.

**Kata Kunci:** Algoritma A, algoritma B, kompleksitas

### 1. PENDAHULUAN

Di tengah arus globalisasi, maka persaingan yang dihadapi UMKM menjadi semakin ketat. Untuk dapat bertahan UMKM ditekan untuk menghasilkan produk dengan kualitas dan harga yang dapat diterima pasar sesuai dengan fungsi dan fitur yang dibutuhkan konsumen, namun harus tetap memperhitungkan jumlah laba yang akan diterima. Selain itu, UMKM juga perlu untuk mengidentifikasi dan memahami kondisi pasar dan konsumen. Semakin kritisnya konsumen serta beragamnya kebutuhan yang diperlukan menjadi tantangan sekaligus peluang bagi UMKM. Demi kelangsungan hidup UMKM, maka sebaiknya perlu dilakukan pengendalian terhadap biaya-biaya yang akan dikeluarkan dan mengurangi biaya-biaya yang tidak efektif dalam kegiatannya. Konsep *target costing* sangat efektif sejalan dengan meningkatnya persaingan serta tingkat penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan, maka kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. Untuk itu diperlukan *target costing* untuk dapat mencapai tujuan UMKM dalam rangka efisiensi biaya produksi terutama pada usaha makanan, yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif. Semakin baik penerapan *target costing* pada UMKM maka akan semakin baik pula peningkatan efisiensi biaya produksinya yang akan berakibat terhadap peningkatan laba yang ingin dicapai.

Selain itu pentingnya standarisasi kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai cara menghasilkan produk yang bermutu dengan memperhatikan permintaan pasar secara lebih luas, yang mengharuskan adanya produk yang berstandar. Sehingga memahami arti dari keuntungan bagi pengusaha jika menciptakan produk yang sesuai standar mutu, memahami proses dalam memproduksi produk yang sesuai standar walaupun masih dalam tahap yang masih sederhana yang dimulai dari proses pencatatan mengenai apa yang akan dilakukan ke depannya. Dengan demikian *target costing* adalah bentuk strategi umum dalam pengembangan saat menghadapi persaingan yang sangat ketat dimana perbedaan sangat kecil di dalam harga dapat menarik perhatian besar konsumen atau pembeli. Untuk itulah diperlukan *target costing* untuk dapat mencapai tujuan dalam rangka pengurangan biaya, yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif.

Umumnya sebuah usaha beroperasi dengan mengembangkan dan memproduksi barang/jasa terlebih dahulu. Kemudian mulai menghitung biaya yang dikeluarkan untuk jenis produksi tersebut dan menetapkan harga jual bagi produknya, setelah itu produksi siap dipasarkan. Namun dalam metode *target costing*, proses yang terjadi sebaliknya. Setelah mengetahui harga yang akan dikenakan terhadap produk makanan, maka sebuah usaha makanan akan mulai mengembangkan produknya yang dapat dipasarkan secara menguntungkan pada tingkat harga yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan adanya studi ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi UMKM lain untuk menerapkan *target costing*. salah satu penyebab UMKM sulit berkembang yaitu UMKM masih menggunakan metode tradisional dalam kegiatan operasionalnya terutama dalam usaha makanan. Fitriyah dkk, (2020) menambahkan bahwa penggunaan metode tradisional membuat UMKM kesulitan dalam memaksimalkan laba sehingga sulit untuk mencapai target laba yang diharapkan. Oleh karena itu, UMKM membutuhkan metode manajemen biaya modern yang dapat membantu mereka dalam menghadapi persaingan dan mencapai tujuan dalam memaksimalkan laba. UMKM dijadikan sebagai objek studi mengingat pentingnya peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia, dengan studi ini

diharapkan dapat membantu UMKM semakin berkembang sehingga dapat meningkatkan perekonomian Indonesia terutama di Surabaya menjadi lebih baik. Sehingga penulis ingin mengetahui secara garis besar apakah *target costing* dapat dijadikan sebagai alternatif bagi UMKM makanan khususnya di wilayah Surabaya yang memiliki lokasi strategis dan dekat dengan aktivitas perkantoran sehingga usaha makanan menjadi pilihan utama.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA (BILA DIPERLUKAN)

Menurut Mulyadi (2014:421), menyatakan bahwa *target costing* adalah suatu metode penentuan biaya produk yang didasarkan atas harga (*target price*) yang diperkirakan dapat diterima oleh konsumen. *Target costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk baru, kemudian merancang *prototype* yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditetapkan (Apriyanti dan Rahayu, 2014). Sedangkan menurut Lockamy dan Smith (2014), *target costing* merupakan suatu proses untuk memastikan bahwa produk yang diluncurkan dengan fungsionalitas, kualitas dan harga tertentu diproduksi dengan biaya siklus hidup yang menghasilkan tingkat keuntungan yang memuaskan. *Target costing* memberikan kesempatan dalam mengendalikan laba dan biaya produk pada waktu yang tepat, yaitu pada tahap desain. Pada tahap ini, barang dan jasa yang akan diproduksi didesain sesuai dengan kendala biaya maksimal yang telah ditetapkan. Tujuan dari penerapan *target costing* yaitu agar perusahaan dapat menurunkan total biaya dari total biaya sebelumnya sehingga perusahaan bisa mendapatkan laba yang maksimal tanpa menaikkan harga jualnya.

*Target costing* secara matematis dirumuskan seperti dibawah ini:

$$\text{target price} = \text{harga pasar} - \text{labanya yang diinginkan}$$

Rachmatulloh dkk, (2014) mengungkapkan bahwa *target costing* dapat membantu UMKM dalam memaksimalkan laba jika prinsip-prinsip dalam *target costing* telah diterapkan secara memadai. Menurut Witjacksono (2013:179), prinsip dalam *target costing* yaitu:

1. Harga Mendahului Biaya (*Price Lead Costing*)
2. Fokus pada Pelanggan, perusahaan membuat produk dengan spesifikasi yang dibutuhkan konsumen
3. Fokus pada Desain Produk dan Desain Proses, tahapan ini digunakan untuk menekan biaya dan mengurangi waktu yang dibutuhkan produk untuk sampai pada konsumen
4. *Cross Functional Team*, yaitu seluruh pihak bertanggungjawab penuh terhadap keberhasilan penerapan *target costing*
5. Melibatkan Rantai Nilai, yaitu penerapan *target costing* dimulai dari pemilihan pemasok hingga produk sampai pada konsumen.
6. Orientasi Daur Hidup, yaitu meminimalkan biaya selama daur hidup produk, contoh biaya bahan baku, biaya pemeliharaan dll. Penerapan *target costing* bertujuan untuk menurunkan total biaya dari total biaya sebelumnya sehingga dapat memaksimalkan laba tanpa menaikkan harga jualnya (Malue, 2013).

*Target costing* adalah metode manajemen biaya dengan meminimalkan biaya berdasarkan perbedaan antara harga jual dan target laba agar berada dalam kondisi kompetitif yang lebih baik di pasar (Imeokparia dan Adebisi, 2014). Dengan menerapkan *target costing*, perusahaan dapat dalam penelitian ini yaitu UMKM memunculkan produk yang memenuhi semua persyaratan dan harapan dari pelanggan (Potkány dkk, 2017). Tahapan *target costing* dimulai dengan menetapkan harga produk dan margin laba yang dikehendaki, hasil selisih antara harga produk dan margin laba akan menjadi biaya maksimal yang digunakan dalam memproduksi barang dan jasa. Biaya maksimal yang telah ditetapkan akan menjadi acuan dalam melakukan *value engineering* produk. Penetapan harga produk sebelum proses produksi dimulai akan membantu UMKM dalam menentukan harga jual yang efektif sehingga harga jual yang ditetapkan tidak berada diatas harga pasar dan harga para pesaing.

Manfaat dari *target costing* adanya metode pembuatan *target costing* ini, maka tentunya perusahaan dalam hal ini UMKM makanan akan merasa diuntungkan. Tujuan dari metode *target costing* menurut Monden dalam Febriana (2016:4) memiliki dua tujuan, yakni sebagai berikut:

### a. Mengurangi Biaya

Tujuan *target costing* yang pertama adalah untuk mengurangi jumlah biaya pembuatan produk baru, sehingga perusahaan bisa meningkatkan keuntungan yang dikehendaki dapat tercapai.

### b. Memotivasi

Tujuan *target costing* yang kedua adalah untuk memotivasi pengusaha, agar mereka juga bisa memperoleh laba target, ketika dilakukannya pengembangan produk baru, dengan menjalankan metode *target costing* di seluruh aktivitas usahanya

### 3. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2019:18), metode penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif naratif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi serta dokumentasi. Informan penelitian ini yaitu pelaku UMKM makanan di Kota Surabaya yang memiliki lokasi strategis dan dekat dengan aktivitas perkantoran sehingga usaha makanan menjadi pilihan utama. Peneliti memilih Kecamatan Tegalsari sebagai daerah penelitian karena sesuai dengan kriteria penelitian yang berada di pusat kota dan dekat dengan aktivitas perkantoran sehingga Dengan pendekatan kualitatif diharapkan dapat diungkapkan situasi dan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM ini terutama mengenai hasil dai kegiatan produksi.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep *target costing* sangat efektif sejalan dengan meningkatnya persaingan serta tingkat penawaran yang jauh melampaui tingkat permintaan, maka kekuatan pasar memberi pengaruh yang semakin besar terhadap tingkat harga. Untuk itu diperlukan *target costing* untuk dapat mencapai tujuan UMKM dalam rangka efisiensi biaya produksi, yang pada akhirnya akan membawa dampak terhadap tingkat harga yang kompetitif. Semakin baik penerapan *target costing* pada UMKM maka akan semakin baik pula peningkatan efisiensi biaya produksinya yang akan berakibat terhadap peningkatan laba yang ingin dicapai. Penerapan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga sehingga harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan akan tercapai. Berikut tahapan yang peneliti lakukan guna memberikan pemahaman menerapkan *target costing* yaitu:

Menurut Rudianto, (2013:48) terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui untuk menerapkan *target costing* yaitu:

#### 1. Menetapkan harga jual yang kompetitif

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan kunci UMKM di daerah Kecamatan Tegalsari, bahwa harga jual UMKM makanan bervariasi mulai dari Rp 8.000 hingga Rp 15.000 (data diambil dari lima pengusaha bakso yang memiliki pelanggan terbanyak). Saat ini usaha makanan beberapa jenis produk, namun pada penelitian ini peneliti hanya memfokuskan pada produk makanan jenis bakso, karena produk tersebut yang paling tinggi tingkat permintaannya akan tetapi produk tersebut mengalami kendala dalam pemaksimalan laba.

Tabel 1.1 Harga Pokok Pesaing UMKM Bakso

NO.	NAMA PENGUSAHA	Harga Jual (Rp)
1	Pengusaha A	Rp 10.000
2	Pengusaha B	Rp 8.000
3	Pengusaha C	Rp.15.000
4	Pengusaha D	Rp 13.000
5	Pengusaha E	Rp. 12.000

Dari tabel 1.1 dimana dijelaskan Pengusaha A Rp 10.000, Pengusaha B Rp 8.000, Pengusaha C Rp 15.000, Pengusaha D Rp. 13.000 dan Pengusaha E Rp 12.000 sehingga, harga pasar adalah harga terkecil yaitu pengusaha B dengan harga Rp. 8.000 dan jika dibandingkan dengan Pengusaha C maka mempunyai selisih yang cukup jauh yaitu Rp. 7.000

## 2. Menetapkan target laba yang diharapkan

Target laba yang diharapkan oleh UMKM makanan bakso ini yaitu:

$$\text{Mark up} = \frac{\text{laba tertinggi} - \text{biaya tetap dan variabel}}{\text{laba tertinggi}} \times 100\%$$

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Rp } 15.000 - \text{Rp } 5.000}{\text{Rp } 15.000} \times 100\% = 67\%$$

## 3. Menetapkan target biaya

Metode *target costing* biaya produksi yang seharusnya dipenuhi bisa dilihat dengan menggunakan formula berikut ini:

$$\text{Target Costing} = \text{harga jual} - \text{keuntungan yang diinginkan}$$

Dimana *Target Price* atau harga jualnya adalah Rp 8.000 dan laba yang diinginkan adalah 67% dari harga jual sehingga:

$$\text{Target Costing} = \text{harga jual} - \text{laba yang diinginkan}$$

$$\text{Target Costing} = \text{Rp. } 8.000 - \text{Rp. } 5.360$$

$$\text{Target Costing} = \text{Rp. } 2.640$$

Sehingga selisih antara harga produksi dengan perhitungan *target costing* adalah:

$$\text{Selisih} = \text{Rp. } 5.000 - \text{Rp. } 2.640 = \text{Rp } 2.360$$

Jadi, UMKM usaha bakso harus bisa memproduksi 1 porsi dengan biaya **Rp 2.360**

## 4. Melakukan rekayasa nilai (*value engineering*)

Dengan demikian biaya – biaya yang dikeluarkan untuk proses porsi bakso dengan metode *Value Engineering* atau metode mengurangi biaya sebagai berikut:

$$\text{Biaya Bahan Baku} = \text{Rp. } 2.500$$

$$\text{Tenaga Kerja langsung} = \text{Rp. } 1.000$$

$$\text{Biaya Overhead} = \text{Rp. } 1.000$$

$$\text{Dengan jumlah Rp } 5.000 - \text{Rp } 4.500 = \text{Rp } 500$$

Sehingga dengan menggunakan metode *value engineering* UMKM Bakso dapat menghemat sebesar: selisih = Rp 5.000 – Rp 500 = Rp. 4.500 Jadi, pada UMKM Bakso dapat mengurangi biaya sebesar Rp. 4.500 setelah melakukan metode *target costing*.

Berdasarkan paparan diatas menunjukkan adanya pengaruh yang efisien terhadap peningkatan laba UMKM. Menurut Jaradat, dkk (2018) bahwa dengan adanya *target costing* mampu meningkatkan laba. Selain itu, dalam penelitian ini UMKM dapat mencapai target laba yang diinginkan, menurunkan harga jual produk, kemudian mengurangi biaya produksi. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan agar dengan adanya *target costing* mampu diterapkan oleh UMKM khususnya makanan terutama bakso di kota Surabaya.

## 5. KESIMPULAN

Penerapan *target costing* dalam upaya pengurangan biaya produksi dilakukan dengan melihat hasil dari perbandingan antara total biaya yang dikeluarkan oleh UMKM makanan terutama bakso dengan menggunakan biaya standar dan dengan menurut *target costing*, yang akan menunjukkan bahwa total biaya yang dikeluarkan oleh UMKM makanan dengan menggunakan biaya standar tidak efisien dibandingkan dengan *target costing*. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan *target costing* menunjukkan bahwa penerapan *target costing* pada UMKM lebih efisien jika dibandingkan dengan metode standar yang dilakukan oleh perusahaan, dengan penerapan *target costing* ini maka perusahaan dapat memperoleh penghematan biaya sehingga dapat mencapai target laba.

## 6. SARAN

Berdasarkan keseluruhan kesimpulan, maka penulis menyarankan agar umkm di surabaya dapat memaksimalkan penggunaan metode *target costing*, bilamana umkm masih menggunakan metode standar, maka umkm akan lebih banyak mengeluarkan biaya, dan laba yang diraih pun kurang maksimal. Namun bila menggunakan metode *target costing* maka umkm akan mendapat penghematan biaya yang cukup besar dan akan mencapai target

laba lebih baik. Kemudian umkm makanan khususnya bakso perlu memperhatikan masalah efisiensi dalam penggunaan biaya-biaya produksi. Ini dimaksudkan agar umkm dapat lebih *aware* dalam membeli serta menggunakan produk-produk yang menjadi bahan baku untuk sebuah produk yang akan dipasarkan

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pada kesempatan kali ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini baik secara moril maupun materil Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya penyusunan penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Fitriyah, Priminingtyas, D. N., & Retnoningsih, D. (2020). Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Keripik Apel Di Ud Ramayana Agro Mandiri Kota Batu Berdasarkan Sistem Penjualan Online Dan Offline Application. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 4, 97–110
- Jaradat, Z. A., Taha, R. B., Rosliza Binti Zin, M., & Zakaria, W. Z. W. (2018). The Use Of Management Accounting Practices In Jordanian Small-And-Medium-Sized Enterprises. *Academy of Accounting and Financial Journal*, 22(2), 1–19
- Rahayu, Ningrum & Kartini Aprianti, “Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Pt. Perum Pegadaian Salama Cabang Bima” , Vol 2 No 2 (2020): Volume 2 Nomor 2, Desember 2020
- Imeokparia, L., & Adebisi, S. (2014). *Target Costing and Performance of Manufacturing Industry in South-Western Nigeria*. 14(4)
- Malue, J. (2013). *Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada Pt Celebes Mina Pratama*. 1(3), 949–957.
- Mulyadi . 2014 . Akuntansi Biaya. Edisi-5. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
- Potkány, M., Novák, P., Kováč, R., & Hitka, M. (2017). *Innovation of a Technological Product with Utilizing the Target Costing Methodology*. 7(2), 130–137.
- Rachmatulloh, C. K., Fitriah, E., & Lestari, R. (2014). *Analisis Penerapan Target Costing Untuk Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada CV. Onderhoud Company Shoes and Leather)*. 154–160
- Rudianto. 2013. Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta
- Witjaksono, A. (2013). Akuntansi Biaya (Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.