



Analisa Harga Pokok Produksi untuk Mengurangi Biaya Produksi pada Usaha Ayam Goreng Kanaya dengan metode *Target Costing*

Mukhammad Ubaidillah

mubaidillah23@gmail.com

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Ribangun Bambang Jakaria

ribangunbz@umsida.ac.id

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstract. *In this research, which is used as a reference for determining product sales to achieve the level of profit expected by the company, the researcher analyzes using Target Costing where the method used can manage costs to achieve cost efficiency and the company's goals in gaining profits. This research aims to determine the impact that obtained by the company after applying the Target Costing method. This research is a descriptive quantitative research. In the results of this research, it is known that the difference in the increase in gross profit is IDR. 1,602,000. It can be said that companies gain more profits by implementing the Target Costing Method because it can reduce costs more efficiently*

Keywords - *production costs; target costing; gross profit; efficiency.*

Abstrak. *Dalam penelitian ini untuk yang digunakan sebagai acuan penentu penjualan produk untuk mencapai tingkat keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan, peneliti menganalisis menggunakan Target Costing dimana metode yang digunakan dapat mengelola biaya untuk mencapai efisiensi Biaya dan tujuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak yang diperoleh perusahaan setelah menerapkan metode Target Costing. Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif Deskriptif. Dalam hasil penelitian ini diketahui bahwa selisih peningkatan laba kotor adalah sebesar Rp.1.602.00 dapat dikatakan bahwa perusahaan memperoleh keuntungan lebih banyak dengan menerapkan Metode Target Costing karena dapat menekan biaya dengan lebih efisien*

Kata Kunci - *biaya produksi ; target costing; laba kotor; efisiensi.*

PENDAHULUAN

Perkembangan dan pertumbuhan dunia usaha atau industri pengolahan pangan mengalami peningkatan setiap tahunnya, sehingga unit-unit usaha atau industri tersebut dituntut untuk bersaing secara kompetitif. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kegiatan produksi khususnya pada bidang usaha atau industri pengolahan pangan. Untuk itu, suatu unit usaha atau industri harus mampu mengembangkan usahanya agar tidak terpuruk dalam persaingan bisnis yang terus meningkat. Menyikapi hal tersebut, unit usaha atau industri harus mempunyai peran strategi dan upaya agar kualitas produk dan harga yang ditawarkan lebih rendah atau sama dengan harga yang ditawarkan di pasar. Sehingga dibutuhkan perhitungan dan perencanaan biaya produksi yang lebih tepat dan akurat untuk menghasilkan suatu produk [1]. Maka dari itu, penentu harga pokok produksi memiliki peranan yang krusial untuk perusahaan.

strategi bisnis diperlukan untuk kelangsungan usaha dalam pemasaran, pendanaan atau permodalan, produksi, dan sumber daya manusia. Ketersediaan modal mendukung aspek ini. Tidak hanya modal dalam segi finansial tetapi modal sosial memungkinkan seseorang menjalin kerja sama dengan karyawan dan pemasok bahan baku dengan memberikan peran yang berarti.

Received Desember 30, 2023; Revised Januari 30, 2024; Februari 02, 2024

** Mukhammad Ubaidillah, Mubaidillah23@gmail.com*

Pentingnya memperkuat kerja sama dalam menjalankan bisnis untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan perusahaan [2]

Kanaya Fried Chicken merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terletak di Gempol Pasuruan yang bergerak dalam bidang food and beverages, usaha ini memproduksi Ayam Goreng yang cocok dengan Tren yang marak ditengah masyarakat. Melihat penggunaan bahan baku serta resep yang ada pada Kanaya Fried Chicken hal ini lebih dinilai memiliki harga yang lebih mahal dengan adanya tingkat antar pesaing yang semakin ketat.

Mengenai pembiayaan merupakan masalah yang seringkali dihadapi oleh suatu perusahaan [3]. Oleh karena itu untuk perusahaan harus mengetahui bagaimana proses pembiayaan yang akurat dan tepat untuk meningkatkan efisiensi terhadap biaya produksi. Efisiensi biaya ini sendiri adalah biaya yang tidak diperlukan pada saat kita memproduksi maupun tidak memproduksi. Hasil produksi yang tinggi akan tercapai apabila perusahaan memiliki efisiensi produksi yang tinggi, karena harga barang berakibat pada meningkatnya biaya produksi yang berdampak pada harga jual sehingga dapat menyebabkan penurunan daya beli masyarakat. Oleh sebab itu, perusahaan harus mempertimbangkan harga jual pesaing dalam rangka meraih konsumen sehingga, produksi perusahaan dapat bersaing.

Untuk perusahaan mengetahui harga pokok penjualan merupakan hal yang krusial. Harga jual suatu produk ditentukan dari perhitungan Harga Pokok Penjualan, oleh dari itu maka untuk penentuan harga tersebut perusahaan lebih baik sejalan mengikuti prosedur perhitungan sesuai Nilai Akuntansi agar memperoleh Perhitungan yang akurat. Sebagai salah satu manajemen inovasi, penerapan Analisis Harga Pokok Penjualan dalam suatu perusahaan juga harus memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan keberhasilan implementasi dari adanya inovasi tersebut [4]. Pada dasarnya perusahaan melakukan inovasi dengan memproduksi dan mengembangkan jasa atau barang lebih dulu setelah itu baru melakukan harga jual produknya untuk dipasarkan

Untuk memperoleh laba maksimum maka perusahaan harus mampu bersaing dengan menetapkan pembiayaan yang efisien karena harga yang kompetitif diantara pesaing tentu dapat menarik konsumen hal ini juga merupakan kombinasi dari minat konsumen serta harga, biaya, waktu dan keinginan konsumen yang tepat. Dengan melakukan metode penetapan harga pokok persediaan dan estimasi hubungan antara harga jual dan laba kotor [5].

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, merupakan metode yang digunakan untuk mengklarifikasi, mengklasifikasikan, dan menghitung hasil pengolahan data untuk membandingkan dan menggambarkan hasil penelitian. Dalam penelitian ini peneliti membandingkan besaran biaya menurut perusahaan dengan under target costing. Objek penelitian ini adalah Analisis Pendekatan *Target Costing* Sebagai Alat Penilaian Efisiensi Produksi. *Target costing*, suatu metode penetapan harga suatu barang atau jasa yang didasarkan pada perkiraan harga maksimum yang dapat dibayar oleh pelanggan.

Efisiensi biaya merupakan ukuran keberhasilan suatu kegiatan yang dinilai berdasarkan biaya / sumber data yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dokumentasi, yaitu salah satu metode pengumpulan data dengan cara membuktikan bahwa peneliti benar-benar melakukan penelitian di Kanaya *Fried Chicken*. Langkah-langkah penerapan metode *target costing* sebagai berikut:

- 1) Menggunakan Rumus = Harga Jual - Laba yang diharapkan perusahaan untuk menentukan target biaya Target Biaya

- 2) Untuk menurunkan biaya produksi tanpa mengubah kualitas produk maka peneliti melakukan perkiraan Rekayasa Nilai.
- 3) Untuk mengetahui Biaya *target costing* menjadi efisien maka perlu dilakukan perbandingan analisis perhitungan Nilai setelah menerapkan *Target costing* lebih kecil.[6]

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut beberapa pertanyaan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan *Owner Kanaya Fried Chicken*:

1. Jika terdapat sisa bahan baku dalam proses pembuatan produk, apakah bahan baku tersebut digunakan untuk pembuatan produk berikutnya?
Jawaban: Iya, tapi hanya mencakup beberapa bahan baku saja yang tidak mudah basi, seperti misalnya tepung, meski demikian kualitas produk tetap diutamakan.
2. Untuk menentukan Harga Pokok Penjualan (HPP), metode apakah yang digunakan sebagai penentu harga jual per produk? Jawaban: jika berbicara mengenai metode, kami mengitung dengan analisis sederhana, yang kami jadikan landasan adalah yang terpenting harga dan kualitas produk tersebut dapat bersaing disisi lain kami mendapatkan keuntungan untuk penjualan tersebut.
3. Bagaimanakah strategi yang efisien untuk meminimalkan biaya tanpa mengurrangi kualitas produk?

Jawaban: untuk minimalisir pengeluaran biaya produksi yaitu dengan mengubah bahan baku yang semula memilihi brand mahal dirubah menjadi bahan baku yang brand nya tergolong lebih murah yang terpenting tidak merubah bumbu, karena dapat merubah cita rasa khas pada produk kami.

Berikut disajikan data – data hasil dokumentasi dalam penelitian ini yaitu rincian harga pokok produksi :

Tabel 1. Rincian Harga Pokok Produksi

No.	Keterangan		Harga
1	Ayam 1 Ekor (1 ekor menjadi 10 potong)	Rp	32.000
2	Tepung <i>Crispy</i>	Rp	4.000
3	Bumbu: Bawang Putih, lada, gula, garam, bubuk, penyedap	Rp	5.000
4	Cabai	Rp	4.000
5	Minyak Goreng	Rp	16.500
6	Saos Tomat/ Sambel (sachet)	Rp	5000
	HPP per ekor (10 potong)	Rp	64.000
	HPP per potong Ayam	Rp	8.900

Sumber: *Kanaya Fried Chicken*

Tabel 2. Gaji karyawan

Karyawan	Gaji Karyawan	Jumlah Karyawan	Total Gaji
Karyawan	Rp.1.500.000	2	Rp.3.000.000

Sumber: *Kanaya Fried Chicken*

Tabel 3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Biaya Per Bulan
Air	Rp. 200.000
Listrik	Rp. 650.000

Analisa Harga Pokok Produksi untuk Mengurangi Biaya Produksi pada Usaha Ayam Goreng Kanaya dengan metode Target Costing

Wadah Sambal 25ml (50 pcs @6500)	Rp	208.000
Box kotak @500	Rp.	800.000
Kresek Bening	Rp.	200.000
Tabung gas 3kg 25 tabung	Rp.	450.000
Total	Rp.	2.508.000

Sumber: Kanaya Fried Chicken

Tabel 4. Harga Ayam

Varian Rasa	Harga Per Item	
Chicken kanaya - Dada (Pedas/tidak Pedas)	Rp.	15.000
Chicken kanaya - Sayap (Pedas/tidak Pedas)	Rp.	12.000
Chicken kanaya - Paha (Pedas/tidak Pedas)	Rp.	14.000
Chicken kanaya - kulit + usus crispy (Pedas/tidak Pedas)	Rp.	13.000
Chicken kanaya - kulit + usus crispy (Pedas/tidak Pedas)	Rp.	13.000

Sumber: Kanaya Fried Chicken

Berikut Total Penjualan Kanaya Fried Chicken Pada Bulan November 2023
 Chicken kanaya - Dada (Pedas/tidak Pedas)

= 597 Pcs

Rp 15.000 x 597 = Rp 8.955.000

Chicken kanaya - Sayap (Pedas/tidak Pedas)

= 378 Pcs Rp 12.000 x 378 = Rp 4.536.000

Chicken kanaya - Paha (Pedas/tidak Pedas)

= 381 Pcs Rp 14.000 x 381 = Rp 5.334.000

Chicken kanaya - kulit + usus *crispy*

(Pedas/tidak Pedas) = 246 Pcs Rp 13.000 x 246 = Rp 3.198.000

Total Penjualan dalam bulan November 2023

Chicken kanaya Dada + Chicken kanaya Sayap + Chicken kanaya Paha + Chicken kanaya kulit + usus *crispy*

Rp 8.955.000 + Rp 4.536.000 + Rp 5.334.000 + Rp 3.198.000

= Rp 22.023.000

Dengan Presentase 20% keuntungan yang diharapkan oleh pemilik perusahaan, berikut perhitungan menggunakan Target pada Chicken kanaya Target Biaya pada varian Dada (Pedas/tidak Pedas)

Target Costing dengan perhitungan Harga jual per unit – Laba yang diharapkan

= Rp.15000 - (20% x Rp 5000)

= Rp. 15.000 - Rp.1000

Per unit = Rp. 14.000

Target Biaya pada varian sayap (Pedas/tidak Pedas)

Target Costing dengan perhitungan Harga jual per unit – Laba yang diharapkan

= Rp.12000 - (20% x Rp 5000)

= Rp. 12.000 - Rp.1000

Per unit = Rp. 11.000

Target Biaya pada varian Paha (Pedas/tidak Pedas)

Analisa Harga Pokok Produksi untuk Mengurangi Biaya Produksi pada Usaha Ayam Goreng Kanaya dengan metode Target Costing

Target Costing dengan perhitungan Harga jual per unit – Laba yang diharapkan
 = Rp.14000 - (20% x Rp 5000)
 = Rp. 14.000 - Rp.1000
 Per unit = Rp. 13.000

Target Biaya pada varian kulit usus *crispy* (Pedas/tidak Pedas)
Target Costing dengan perhitungan Harga jual per unit – Laba yang diharapkan
 = Rp.13000 - (20% x Rp 5000)
 = Rp. 13.000 - Rp.1000
 Per unit = Rp. 12.000

Pekiraan Nilai

Value Engineering

Tabel 5. Biaya

Produksi

Biaya Produksi Sebelum VE		Biaya Produksi Sebelum VE	
Biaya Bahan Baku		Biaya Bahan Baku	
Ayam	Rp. 5.120.000	Ayam	Rp. 5.120.000
Tepung Crispy	Rp. 640.000	Tepung Crispy	Rp. 480.000
Bumbu	Rp. 800.000	Bumbu	Rp. 560.000
Cabai	Rp. 640.000	Cabai	Rp. 480.000
Minyak Goreng (60L)	Rp.990.000	Minyak Goreng	Rp. 870.000
Saus Sachet	Rp. 800.000	Saus Sachet	Rp. 500.000
Total Biaya Bahan Baku	Rp. 8.900.000	Total Biaya Bahan Baku	Rp. 8.010.000
Biaya Tenaga Kerja		Biaya Tenaga Kerja	
Karyawan Produksi	Rp. 3.000.000	Karyawan Produksi	Rp. 3.000.000
Total Biaya Tenaga Kerja	Rp. 3.000.000	Total Biaya Tenaga Kerja	Rp. 3.000.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik		Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	
Listrik	Rp.650.000	Listrik	Rp.650.000
Air	Rp.200.000	Air	Rp.200.000
Wadah Sambal 25ml (50 pcs @6500)	Rp.208.000	Wadah Sambal 25ml (50 pcs @6500)	Rp.208.000
Box kotak @500	Rp.800.000	Box kotak @500	Rp.800.000
Kresek Bening	Rp.200.000	Kresek Bening	Rp.200.000
Tabung gas 3kg 25 tabung	Rp. 450.000	Tabung gas 3kg 25 tabung	Rp. 450.000
Total Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 2.508.000	Total Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 2.508.000
Total Biaya Produksi	Rp.14.408.000	Total Biaya Produksi	Rp. 13.518.000

Berdasarkan data diatas, Peneliti memiliki alternatif agar Kanaya *Fried Chicken* tetap mempertahankan rasa dan kualitas dari produk dengan sedikit merubah bahan baku, disini perusahaan tersebut membeli minyak goreng yang semula dengan harga Rp 16.500 per liter minyak goreng bimoli berubah menjadi membeli langsung minyak goreng ke suplier pabrik langsung dengan kemasan drum, kemudian cabai yang semula diberi di pasar dengan harga Rp 4000 untuk per 10 potong ayam berubah

menjadi Rp 3000 ketika membeli langsung ke petani, Begitu Pula dengan bumbu bumbu, yang semula Rp 5000 total bumbu untuk 10 potong ayam dengan membeli ke petani mendapat harga lebih murah menjadi Rp 3000 karena dengan pembelian kuantitas yang banyak maka akan memberikan diskon lebih banyak, untuk saus sambal kemasan yang digunakan biasanya menggunakan saus dengan merek terkenal dan dirubah menjadi yang lebih murah untuk menurunkan harga pokok produksi [7].

Perhitungan laba kotor

Dengan menggunakan rumus Penjualan Bersih-Harga Pokok Penjualan

Tabel 6. Total biaya produksi

Jenis Paket	Biaya Produksi Sebelum VE	Biaya Produksi Setelah VE
Chicken kanaya - Dada (Pedas/tidak Pedas)	Rp 8.955.000	Rp 8.358.000
Chicken kanaya - Sayap (Pedas/tidak Pedas)	Rp 4.536.000	Rp 4.158.000
Chicken kanaya - Paha (Pedas/tidak Pedas)	Rp 5.334.000	Rp 4.953.000
Chicken kanaya - kulit + usus crispy(Pedas/tidak Pedas)	Rp 3.198.000	Rp 2.952.000
Total	Rp 22.023.000	Rp 20.421.000

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan perhitungan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu perhitungan *targetcosting* pada Kanaya Fried Chicken bahwa ada efisiensi ketika perusahaan menggunakan metode *targetcosting*, laba kotor perusahaan sebelumnya sebesar Rp. 22.023.000 dengan menggunakan metode *target costing* laba kotor menjadi menurun sebesar Rp. 20.421.000. Jadi, selisih peningkatan laba kotor adalah sebesar Rp. 1.602.000. *Target costing* merupakan alternatif yang baik bagi Kanaya Fried Chicken untuk menekankan biaya produksinya. Dari hasil penelitian dan pembahasan, saran penulis bagi perusahaan yaitu: Sebaiknya perusahaan harus menerapkan metode *target costing* karena dengan menggunakan metode *target costing* laba kotor yang diharapkan lebih efisien dari pada perhitungan yang dilakukan oleh Kanaya Fried Chicken dengan metode *target costing* juga dapat membantu bagi Kanaya Fried Chicken menekan atau mengurangi biaya produksi yang dikeluarkan oleh Kanaya Fried Chicken.

REFERENSI

[1] Abna, R. D., Wiyono, W., & Paramita, R. W. D. (2019, August). Analysis Of Application Of Target Costing Assessment Of Efficiency As A Tool Of Production in UD Kembang Jaya. In Progress Conference (Vol. 2, No. 2, pp. 178-185).

[2] Rosada, I., Amran, F. D., Nurliani, N., Rasyid, R., & Hikmalia, S. (2023). The Role of Social Capital in the Development of Fried Chicken Business. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 142-152.

[3] Kusumadewi, F. 2017. "Analisis Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Produksi (Studi Kasus pada Askha Jaya Lampung)". Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

[4] Anugerah, E. 2017. "Penerapan Target Costing Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba". *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Volume IV (1) : 19-23*. Fakultas Ekonomi. Universitas Jember (UNEJ).

[5] Hans, K. 2016." Akuntansi Keuangan Berdasarkan SAK Berbasis IFRS". Buku 1.

[6] Salemba Empat, Jakarta.Hery. 2017. Teori Akuntansi. Edisi Pertama. PT. Grasindo, Jakarta.

[7] Wuysang, C. C., & Pusung, R. J. (2019). Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada UD. JJ Bakery. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3)