

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Akuntansi Manajemen

##### a. Definisi Akuntansi Manajemen

Menurut Krismanji dan Aryani, *Grand Theory* (teori utama atau dasar) dalam penelitian ini adalah Akuntansi Manajemen. Akuntansi manajemen dapat digambarkan sebagai suatu sistem informasi yang menerima masukan (*input*) dan memprosesnya untuk mencapai tujuan manajemen. Akuntansi manajemen adalah kegiatan yang dapat memberikan informasi keuangan untuk membantu manajemen membuat keputusan keuangan.<sup>1</sup>

Definisi akuntansi manajemen (*management accounting*) menurut Mulyadi yakni suatu proses mengidentifikasi, mengukur, mengumpulkan, menganalisis, merangkum, menafsirkan serta melaporkan informasi yang diperlukan oleh manajemen untuk merancang, menilai serta mengendalikannya ke dalam suatu entitas serta untuk menegaskan bahwa penggunaan sumber daya sudah dilakukan secara tepat dan bertanggungjawab.<sup>2</sup> Jadi, akuntansi manajemen ialah proses untuk mengidentifikasi, mengukur, mengumpulkan menganalisis, menyiapkan,

---

<sup>1</sup> Krismanji dan Y Anni Aryani, *Akuntansi Manajemen*, Edisi 3 (Yogyakarta: STIM YKPS, 2016), 52.

<sup>2</sup> Mulyadi, *Akuntansi Manajemen Konsep Manfaat Dan Rekayasa*, Edisi 3 (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 23.

menafsirkan, serta mengkomunikasikan informasi yang dapat memberikan bantuan kepada pemilik usaha untuk mencapai tujuannya.<sup>3</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, akuntansi manajemen dapat didefinisikan sebagai suatu proses atau kegiatan yang menghasilkan informasi keuangan untuk membantu manajemen membuat keputusan ekonomi dalam menjalankan fungsi manajemen. Hal ini digunakan manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi serta memastikan bahwa sumber daya telah digunakan dengan benar dan sesuai.<sup>4</sup>

b. Tujuan Akuntansi Manajemen

Tujuan akuntansi manajemen adalah untuk memberikan atau mendapatkan hasil informasi keuangan kepada pihak manajemen. Macam informasi yang dibutuhkan tidak selalu sama dan berbeda dengan informasi yang dibutuhkan oleh pihak luar (*eksternal*). Informasi yang dibuat biasanya sangat mendalam serta tidak diberitahukan kepada pihak *eksternal*. Secara umum tujuan akuntansi manajemen sebagai berikut:<sup>5</sup>

- a. Sebagai penyedia informasi yang digunakan dalam menentukan harga pokok barang dan jasa, serta tujuan lain yang diperlukan oleh manajemen.
- b. Sebagai penyedia informasi atau data dalam merencanakan, mengendalikan, mengevaluasi, dan pembangunan berkelanjutan.
- c. Sebagai penyedia informasi dalam mengambil keputusan. Informasi dari akuntansi manajemen berguna untuk pengidentifikasian adanya

---

<sup>3</sup> Annisa Nur Hildayanti, "Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Biaya Produksi Pada UMKM Ten Kitchen Kota Bogor" (Universitas Pakuan Bogor, 2023), 8.

<sup>4</sup> Indriani Etty, *Akuntansi Manajemen*, Edisi 1 (Yogyakarta: Andi, 2018), 2.

<sup>5</sup> L. M Samryn, *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Mengendalikan Aktivasi Operasi Dan Investasi* (Jakarta: Prena Media, 2017), 25.

masalah serta menyelesaikannya, dan menilai kinerja perusahaan. Perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan merupakan beberapa tahapan manajemen di mana informasi akuntansi manajemen sangat diperlukan dan di manfaatkan.

Menurut Warren et al, akuntansi manajerial memiliki tujuan untuk memberikan informasi yang sesuai serta tepat waktu untuk memenuhi kebutuhan manajer serta karyawan dalam proses pengambilan keputusan.<sup>6</sup>

## **B. Produksi dan Biaya Produksi**

### **1. Definisi Produksi dan Biaya Produksi**

Kata “produksi” sendiri telah menjadi kata Indonesia yang datang bersamaan dengan kata “distribusi” yang kata-kata tersebut diserap dalam pemikiran-pemikiran ekonomi yang ada di Indonesia. Kata “*production*” dalam kamus Inggris-Indonesia memiliki arti secara ilmiah yakni penghasilan. Produksi merupakan proses yang dijalankan oleh manusia untuk menghasilkan suatu produk, entah itu barang atau jasa yang hasilnya nanti akan digunakan oleh para konsumen. Kegiatan produksi dan konsumsi biasanya dilakukan secara individu, yang artinya seseorang memproduksi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri (ketika kebutuhan sedikit dan masih sederhana). Akan tetapi, seiring dengan berbagai macam kebutuhan serta keterbatasan sumber daya, hal itu akan mengakibatkan seseorang tidak akan dapat memproduksi apa yang akan menjadi kebutuhannya. Proses mengubah *input* menjadi *output* disebut

---

<sup>6</sup> Warren, Carls S., et al, *Pengantar Akuntansi-Adaptasi Indonesia*, Edisi 25, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 4.

sebagai kegiatan produksi. Maka, dapat disimpulkan bahwa produksi adalah proses mengubah produk, baik berupa barang maupun jasa, sehingga menghasilkan *output* produk yang memiliki manfaat dan juga fungsi.<sup>7</sup>

## 2. Fungsi Produksi

Menurut Mankiw yang dikutip Annisa Nur Hildayanti, fungsi produksi adalah hubungan antara total *input* yang digunakan untuk memproduksi suatu barang dan total *output* barang tersebut. Kenaikan *output* produksi yang berasal dari unit *input* tambahan disebut dengan produk *marginal*, sedangkan penurunan produk *marginal* yakni properti yang mana produk *marginal input* menurun yang ditandai dengan total *input* yang meningkat.<sup>8</sup>

Kegiatan produksi melibatkan hubungan fungsional atau saling mempengaruhi satu sama lain, yakni antara *output* yang akan diproduksi dan *input* yang akan dipergunakan. Maka, fungsi produksi yakni hubungan sebab-akibat antara *input* (sebab) dan *output* (akibat).<sup>9</sup>

## 3. Definisi Biaya Produksi

Biaya yang diperlukan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual disebut sebagai biaya produksi. Biaya produksi terdiri dari beberapa faktor, antara lain:<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Annisa Nur Hildayanti, "Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Biaya Produksi Pada UMKM Ten Kitchen Kota Bogor.", 12.

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> Annisa Nur Hildayanti, 13.

- a. Biaya Bahan Baku Langsung, yaitu harus memberikan rincian semua biaya bahan baku yang digunakan untuk membuat suatu barang ataupun menjalankan suatu jasa.
- b. Biaya Upah Pegawai, merupakan sejumlah gaji yang diterima oleh pegawai. Biaya mencakup upah pegawai yang mencakup kontribusi pemberi kerja terhadap jaminan sosial serta pajak, serta skema bonus untuk produksi kesehatan yang efisien.
- c. Biaya *Overhead* Pabrik, merupakan serangkaian biaya yang berkaitan dengan produksi namun tidak benar-benar digunakan untuk membuat barang atau menyediakan sebuah jasa. Oleh karena itu, biaya bahan baku langsung serta upah pegawai tidak termasuk kedalam biaya overhead pabrik.

Biaya total yang meningkat sebanding dengan peningkatan aktivitas dan menurun sebanding dengan penurunan aktivitas disebut biaya variabel. Efisiensi adalah rasio antara masukan serta keluaran suatu proses, dengan berfokus pada konsumsi masukan. Perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan sebesar mungkin harus mengejar efisiensi operasi. Penggunaan sumber daya yang efektif dapat memaksimalkan laba yang diperoleh. Margin kontribusi (*contribution margin*) yang juga dikenal sebagai laba marginal (*marginal income*), merupakan selisih antara seluruh biaya variabel serta pendapatan penjualan. Margin kontribusi dapat dihitung dengan mengkas biaya variabel produksi dan nonproduksi dari penjualan.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> M. A. Effendy, *The Power of Good Governance Teori Dan Implementasi*, Edisi 2 (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 269.

Menurut Rivai, biaya-biaya yang diperlukan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual dikenal sebagai biaya produksi.<sup>12</sup> Menurut Sabarudin Muslim, et al, biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan mentah menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.<sup>13</sup> Biaya produksi dibagi menjadi tiga yakni, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead*.<sup>14</sup>

Menurut Hartono, biaya produksi merupakan biaya yang dianggap melekat pada produk, yakni termasuk biaya yang dapat diidentifikasi secara langsung maupun tidak langsung selama proses pengolahan bahan baku menjadi produk akhir.<sup>15</sup> Menurut Riwayandani, fungsi produksi berkaitan dengan biaya produksi (*manufacturing cost*). Biaya produksi meliputi biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku langsung, serta biaya *overhead* pabrik.<sup>16</sup>

Berdasarkan pemahaman diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Biaya produksi merupakan biaya yang meningkat sehubungan dengan peningkatan aktivitas dan menurun sehubungan dengan penurunan aktivitas.<sup>17</sup>

---

<sup>12</sup> Syamsul Rivai, *Ekonomi Peminatan Ilmu Sosial Kelas X* (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 49.

<sup>13</sup> Sabarudin Muslim Agus Purwaji, Wibowo, *Akuntansi Biaya*, Edisi 2 (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 15.

<sup>14</sup> Mulyadi, *Akuntansi Manajemen Konsep Manfaat Dan Rekayasa*, 55.

<sup>15</sup> Hartono, Khasanah, R., Raharjo, K., "Analisis Penerapan Metode Target Costing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Untuk Memaksimalkan Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Kecap Kuda Kaloka Di Salatiga Tahun 2016)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa SI Akuntansi Universitas Pandanaran* 3 (2017), 16.

<sup>16</sup> Riwayandi, *Akuntansi Biaya* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 10.

<sup>17</sup> Annisa Nur Hildayanti, "Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Biaya Produksi Pada UMKM Ten Kitchen Kota Bogor.," 14.

#### 4. Jenis-Jenis Biaya Produksi

Terdapat dua macam jenis-jenis biaya produksi, yakni biaya produksi jangka pendek serta biaya produksi jangka panjang, sebagai berikut:

Biaya produksi jangka pendek dan jangka panjang adalah dua kategori jenis biaya produksi, sebagai berikut:<sup>18</sup>

- a. Biaya produksi jangka pendek merupakan penurunan atas fungsi produksi jangka pendek. Sehingga adanya biaya tetap menjadi ciri dari biaya produksi jangka pendek.
- b. Biaya produksi jangka panjang merupakan biaya yang bisa disesuaikan untuk tingkat produksi tertentu. Misalnya yakni modal atau peralatan dianggap sebagai biaya jangka pendek jika tidak bisa dimodifikasi untuk mengakomodasi keragaman produksi, dan dapat dikatakan sebagai biaya jangka panjang jika peralatan bisa disesuaikan untuk pemenuhan target produksi pada saat tertentu.

Menurut Garrison, Brewer, Biaya produksi itu sendiri mencakup semua biaya yang berkaitan dengan pembelian maupun pembuatan barang.<sup>19</sup> Hansen dan Mowen, menyatakan bahwa biaya yang terkait dengan pembuatan barang serta penyediaan jasa dikenal sebagai biaya produksi.<sup>20</sup> Biaya produksi dibagi menjadi tiga kategori besar, yaitu:

---

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> P. C. Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, *Akuntansi Manajerial*, Edisi 2 (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 31.

<sup>20</sup> Mowen Hansen, *Akuntansi Manajerial Terjemahan Deny Arnos* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 32.

## 1. Bahan Langsung (*direct material*)

Menurut Garrison et al, bahan langsung yakni bahan yang digunakan untuk membuat produk jadi. Sesungguhnya, bahan baku mencakup semua jenis bahan yang digunakan untuk membuat produk jadi, serta produk jadi yang dibuat oleh suatu perusahaan dapat digunakan oleh perusahaan lain.<sup>21</sup> Menurut Hansen dan Mowen, dikarenakan pengamatan fisik dapat mengukur kuantitas bahan yang dikonsumsi oleh setiap produk, biaya bahan langsung ini dapat langsung dibebankan ke produk.<sup>22</sup> Biaya bahan baku langsung juga dapat dibebankan secara langsung ke produk karena kuantitas yang dikonsumsi oleh produk dapat diukur secara langsung. Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi produk, atau bahan baku yang secara fisik termasuk dalam produk, adalah istilah lain untuk biaya bahan baku langsung.<sup>23</sup>

## 2. Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung menurut Hansen dan Mowen merupakan tenaga kerja yang bisa dicari pada barang atau jasa yang diproduksi.<sup>24</sup> Dalam pengertian lain menurut Garrison et al, karena tenaga kerja langsung melakukan pekerjaan tangan pada produk selama proses produksi, tenaga kerja langsung juga dikenal sebagai

---

<sup>21</sup> Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, *Akuntansi Manajerial*, 31.

<sup>22</sup> Hansen, *Akuntansi Manajerial Terjemahan Deny Arnos*, 32.

<sup>23</sup> Annisa Nur Hildayanti, "Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Biaya Produksi Pada UMKM Ten Kitchen Kota Bogor.", 15.

<sup>24</sup> Hansen, *Akuntansi Manajerial Terjemahan Deny Arnos*, 32.



tenaga kerja tangan (*touch labour*) dan merupakan biaya yang mudah ditemukan untuk tenaga kerja.<sup>25</sup>

### 3. Biaya *Overhead* Pabrik (*manufacturing overhead*)

Biaya yang tidak dapat dibebankan langsung ke produk, yakni seperti biaya bahan baku tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, serta biaya pabrikasi lainnya, dianggap sebagai biaya *overhead* pabrik. Ada dua cara untuk mencatat biaya bahan baku yang digunakan dalam proses produksi, yakni:<sup>26</sup>

- 1) Metode mutasi persediaan (*perpetual inventory method*) yakni mencatat setiap mutasi bahan baku pada kartu persediaan.
- 2) Metode persediaan fisik (*physical inventory method*) adalah metode di mana hanya tambahan bahan baku yang dibeli yang dicatat dalam kartu persediaan, sedangkan mutasi bahan baku yang berkurang tidak dicatat karena pemakaian.

### 5. Pandangan Islam Terhadap Produksi

Imam Ghazali merupakan salah satu pemikir besar dalam ekonomi Islam yang sangat tertarik dengan teori produksi karena ia menganggap pencarian ekonomi sebagai bagian dari ibadah individu. Secara khusus, produksi barang kebutuhan dasar dianggap sebagai kewajiban sosial, atau *fardhu kifayah*.<sup>27</sup> Menurut Alghazali, produksi merupakan pengerahan sumber daya alam (*raw material*) oleh sumber daya manusia untuk

<sup>25</sup> Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, *Akuntansi Manajerial*, 31.

<sup>26</sup> Annisa Nur Hildayanti, "Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Biaya Produksi Pada UMKM Ten Kitchen Kota Bogor", 15

<sup>27</sup> Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip dasar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2014), 115.

menghasilkan produk yang bermanfaat bagi manusia.<sup>28</sup> Meminta-minta untuk mendapatkan uang adalah suatu hal yang dilarang oleh agama Islam karena jika seseorang meminta-minta untuk mendapatkan uang tanpa bersusah payah, ini akan membuat orang lain tidak termotivasi untuk bekerja.<sup>29</sup>

Perintah berikut ini diberikan untuk melakukan aktivitas produktif untuk pemenuhan kebutuhan manusia:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah dilaksanakan shalat itu, maka bertebaranlah kamu di bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.” (QS Al-Jumua ayat 10)

Definisi produksi menurut istilah ekonomi dan definisi produksi secara umum sangat mirip dalam ekonomi Islam. Namun, sistem ini memiliki beberapa nilai yang membuat proses produksi sedikit berbeda. Barang yang dibuat dan proses distribusi sarte harus sesuai dengan nilai syariah. Dengan kata lain, semua aktivitas yang berkaitan dengan proses produksi harus dilakukan dalam kerangka halal.<sup>30</sup> Kata "produksi" adalah salah satu kata kunci terpenting dalam sistem ekonomi Islam. Dari konsep dan gagasan produksi ditekankan bahwa kemaslahatan individu dan kemaslahatan secara imbang adalah tujuan utama dari kegiatan ekonomi dalam sistem ekonomi Islam.

Dalam sistem produksi Islam, produksi berarti peningkatan pendapatan dan peningkatan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan

<sup>28</sup> *Ibid*, 116.

<sup>29</sup> Chandra Natadipurba, 116.

<sup>30</sup> Said Sa‘ad Marthony, *Ekonomi Islam di tengah Krisis Ekonomi Global*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), 47.

dengan usaha minimal sambil tetap mengikuti aturan Islam tentang konsumsi. Akibatnya, peningkatan jumlah produksi saja tidak akan menjamin kesejahteraan umum warga negara Islam. Produk yang dibuat untuk menentukan kesejahteraan ekonomi harus sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah.<sup>31</sup>

### C. *Target Costing*

#### 1. Definisi *Target Costing*

*Target costing* atau biasa disebut biaya pokok sasaran merupakan pendekatan di mana bisnis memulai dengan menetapkan harga jual yang tepat untuk menjual produk atau jasa baru, kemudian mengembangkan barang ataupun jasa yang dapat dibuat dengan biaya yang cukup rendah untuk memberikan margin laba yang tepat.<sup>32</sup> Menurut Salman, *target costing* merupakan suatu sistim yang digunakan untuk merencanakan laba dan juga manajemen biaya.<sup>33</sup>

Metode *target costing* memungkinkan pemilik usaha untuk menentukan biaya produk berdasarkan kondisi pasar, menentukan laba yang diinginkan, serta menentukan harga jual produk kepada masyarakat. Keuntungan utama metode ini yakni, bahwa harga pokok produk digunakan sebagai dasar penetapan harga sehingga target laba yang diinginkan dapat dicapai.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> E. Saefuddin Mubarak, *Ekonomi Islam Pengertian, Prinsip dan Fakta*, (Bogor: In Media, 2016), hlm. 48.

<sup>32</sup> *Ibid*, 19.

<sup>33</sup> Salman Kautsar Riza, *Akuntansi Biaya*, Edisi 2 (Jakarta: Indeks, 2016), 227.

<sup>34</sup> Annisa Nur Hildayanti, "Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Biaya Produksi Pada UMKM Ten Kitchen Kota Bogor", 19

## 2. Prinsip-Prinsip Pendekatan *Target Costing*

Perencanaan laba dan manajemen biaya digabungkan dalam proses yang dikenal sebagai *target costing*. Perhitungan biaya target, juga dikenal sebagai *target costing*, yakni metode khusus yang berguna untuk menetapkan tujuan penurunan biaya.<sup>35</sup>

Metode *target costing* menganut beberapa prinsip-prinsip antara lain:<sup>36</sup>

### a. Harga menentukan biaya (*Price Led Costing*)

Dengan persaingan yang semakin ketat dan kompetitif, sangat sulit untuk menentukan harga jual produk. Pasar sering menentukan harga jual, jadi harga pasar juga dikenal sebagai *market share* digunakan untuk menentukan target biaya dengan menggunakan formula berikut ini:

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga Jual} - \text{Laba Kotor yang diinginkan}$$

### b. Fokus Pada Pelanggan

Kebutuhan pelanggan akan kualitas, biaya, dan fungsi (*functionality*) ada bersamaan dengan produk dan digunakan saat membuat keputusan tentang desain dan perhitungan harga pokok produk.

### c. Fokus Pada Desain Produk

Pengendalian biaya ditekankan di bagian desain produk dan proses produksi, semua perubahan harus dilakukan sebelum proses produksi untuk mengurangi biaya dan waktu, terutama untuk produk baru.

<sup>35</sup> Ibid.

<sup>36</sup> Annisa Nur Hildayanti, 21.

d. *Cross Functional Team*

Tim atau kelompok ini bertanggung jawab atas produk secara keseluruhan, mulai dari ide atau konsep hingga tahapan produksi akhir.

e. Melibatkan Rantai Nilai

Proses *target costing* melibatkan semua pihak dalam rantai nilai, dimulai dari distributor, pemasok barang atau jasa, hingga pelanggan.

f. Orientasi Daur Hidup Produk

Mengurangi biaya selama daur hidup produk, termasuk biaya bahan baku, operasi, pemeliharaan, dan distribusi.

3. Asumsi Dasar *Target Costing*

Dalam suatu pasar yang heterogen, di mana kompetisi menentukan harga jual barang atau jasa, *target costing* sangat mungkin sesuai untuk pemilik bisnis yang *price taker*: Beberapa karakteristiknya yakni:<sup>37</sup>

- a. Dalam kebanyakan kasus, para kompetitor tidak akan menawarkan produk mereka dengan harga yang tidak terjangkau. Persaingan oligopolistik muncul ketika pemilik usaha menawarkan produk yang tidak dapat disaingi.
- b. Untuk membuat produk baru berbeda dari yang sudah ada di pasaran, pemilik usaha akan memiliki keunggulan khusus. misalnya:
  - 1) *Cost Advantage* produk yang serupa tetapi lebih murah.
  - 2) Penambahan fungsi, misalnya dengan fitur baru yang ditambahkan dan harga yang kompetitif.

---

<sup>37</sup> C. C Wuysang, "Pendekatan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Kotor Pada Ud. Jj Bakery," *Jurnal (Online)* 7 (2019): 355.

Struktur sistem *target costing* dipengaruhi oleh tiga komponen penting, yakni:<sup>38</sup>

a. Jenis produk yang akan diproduksi

Tipe produk yang akan diproduksi sangat penting karena dengan mengetahui jenis produk, dapat mengestimasi biaya, kompleksitas, dan waktu yang diperlukan untuk memproduksi. Semakin banyak biaya, kompleksitas, dan waktu yang diperlukan untuk memproduksi, semakin kompleks target biaya. Pengendalian yang diperlukan menjadi lebih ketat seiring dengan lamanya siklus hidup produk dan sebaliknya.

b. Jenis Konsumen yang akan dituju

Tipe pelanggan yang dilayani memengaruhi perancangan *target costing*. Hal ini disebabkan oleh keputusan konsumen tentang apa yang penting bagi suatu produk, seperti kualitas, fungsionalitas, dan harga. Keputusan konsumen ini juga akan mempengaruhi tingkat keterlibatan mereka dalam pemasaran dan bagaimana mereka menilai target biaya.

c. Tingkat Pengaruh antar Bagian *Supplier*

Kemampuan pemilik bisnis untuk bernegosiasi dengan pemasok untuk mendapatkan harga input yang lebih rendah dari pasar dikaitkan dengan tingkat pengaruh antar bagian pemasok. Tawar-menawar ini berdampak pada biaya material, yang merupakan biaya utama proses produksi. Tawar-menawar ini juga berdampak pada *target costing*

---

<sup>38</sup> Annisa Nur Hildayanti, "Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Biaya Produksi Pada UMKM Ten Kitchen Kota Bogor", 23.

yang diterapkan oleh pemilik usaha. Jika harga *input* turun, pemilik bisnis akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

#### 4. Penentuan Biaya Target untuk Penentuan Harga Target

*Target Costing* dihitung dengan menggunakan data pesaing dan pelanggan. Harga target dikurangi dari penghasilan operasi target per unit, yang merupakan sasaran yang ingin diperoleh perusahaan per unit produk atau jasa yang dijual.<sup>39</sup>

Penentuan *target costing* berdasarkan pasar ialah penentuan harga target. Biaya target per unit merupakan perkiraan biaya jangka panjang sebuah produk atau jasa yang membuat perusahaan mampu mencapai penghasilan operasi per unit dengan menjualnya pada harga target. Perkiraan ini didasarkan pada pengetahuan tentang nilai yang dianggap pelanggan untuk sebuah produk dan berapa harga yang akan diberikan pesaing untuk produk yang akan bersaing. Salah satu cara terbaik untuk mengenali kebutuhan dan nilai pandangan pelanggan terhadap sebuah produk adalah melalui hubungan langsung dengan pelanggan.<sup>40</sup>

#### 5. Penentuan Biaya Produksi dengan Metode *Target Costing*

Menurut Hansen dan Mowen, perbedaan harga jual dari barang atau jasa yang diperlukan untuk mencapai pangsa pasar tertentu dan keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan per satuan produksi dikenal sebagai *target costing*. Jika harga pokok produk yang ingin dicapai lebih rendah dari harga pokok produk saat ini, manajemen harus merencanakan suatu metode pengurangan biaya untuk menurunkan biaya yang saat ini

---

<sup>39</sup> Annisa Nur Hildayanti, 25.

<sup>40</sup> Ibid, 26.

dikeluarkan untuk menghasilkan produk ke harga yang ditargetkan. Kemajuan yang dicapai dari program pengurangan biaya ini diukur dengan membandingkan biaya sesungguhnya dengan harga yang ditargetkan. Sistem akuntansi biaya yang dikenal sebagai target biaya memberikan informasi kepada manajemen tentang berapa banyak biaya yang harus dibayar. Berapa biaya produksi yang diperkenankan dapat dihitung dengan menggunakan *target costing* ini, yaitu dengan:<sup>41</sup>

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Harga Jual} - \text{Laba yang diinginkan dari Harga Jual}$$

Sebagai contoh, misalkan sebuah UMKM X ingin memproduksi selai anggur. Harga jual dari produk selai anggur yang diproduksi oleh pesaing memiliki harga jual Rp 22.000,-. Laba yang diinginkan oleh UMKM X adalah sebesar Rp 6.000,-. Sehingga, target cost dapat dihitung dengan cara:

$$\text{Target cost} = \text{Rp 22.000,-} - \text{Rp 6.000,-} = \text{Rp 16.000,-}$$

Biaya produksi yang dikeluarkan oleh UMKM saat ini untuk memproduksi selai apel adalah sebesar Rp 19.000,-. Untuk mencapai *target cost* yang diinginkan oleh UMKM X, UMKM X harus mengurangi biaya produksi sebesar Rp 3.000,-. UMKM X harus mengupayakan untuk mengurangi biaya dengan menganalisis biaya produksi dan mengurangi biaya-biaya yang dapat dikurangi.

---

<sup>41</sup> Mowen Hansen, *Akuntansi Manajerial Terjemahan Deny Arnos* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 35.



## D. Efisiensi Biaya Produksi

### 1. Definisi Efisiensi

Efisiensi adalah ketepatan (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu (tanpa membuang waktu, tenaga, biaya), kedayagunaan, ketepatangunaan, dan kesangkilan. Selain itu, efisiensi juga merupakan kemampuan untuk menyelesaikan tugas dengan cara yang tepat dan tepat. Pada umumnya, setiap perusahaan ingin melakukan efisiensi dalam kegiatan operasionalnya. Ada banyak pola yang digunakan untuk mengurangi biaya operasional. Dengan meningkatkan efisiensi proses produksi, biaya per unit akan turun, sehingga produk yang dijual memiliki harga yang kompetitif di pasar. Dalam ilmu ekonomi, efisiensi merujuk pada berbagai ide tentang bagaimana memaksimalkan pemanfaatan sumber daya dan memaksimalkan hasil dalam proses produksi barang ataupun jasa. Dengan kata lain, efisiensi adalah perbandingan antara yang dihasilkan dari suatu input dengan jumlah keluaran yang digunakan, atau yang dihasilkan dari suatu input dengan jumlah keluaran yang digunakan.<sup>42</sup>

Menurut Mulyadi, mengemukakan bahwa efisiensi merupakan ketepatan (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga, atau biaya. Efisiensi juga bisa berarti rasio antara input dan output, atau biaya dan keuntungan. Perencanaan mengurangi pemborosan dengan merencanakan pekerjaan lebih awal sehingga pemborosan dapat ditekan.<sup>43</sup> Efisiensi juga dapat didefinisikan

---

<sup>42</sup> Annisa Nur Hildayanti, 26.

<sup>43</sup> Mulyadi, *Akuntansi Manajemen Konsep Manfaat Dan Rekayasa*, 60.

sebagai pencapaian output maksimum dari sumber daya tertentu. Jika output yang dihasilkan lebih besar daripada sumber daya yang digunakan, maka efisiensi yang dicapai lebih tinggi. Ini adalah hasil dari perbandingan antara output fisik dan input fisik, kemudian jika rasio output terhadap input lebih besar, maka efisiensi yang dicapai lebih tinggi.<sup>44</sup>

Efisiensi biaya produksi adalah ketika pemilik usaha menekan biaya produksi untuk menghasilkan produk, atau biaya produksi yang dapat dipertimbangkan untuk yang paling menguntungkan. Efisiensi biaya produksi terkait dengan harga jual produk. Jika biaya produksi ini ditekan, pemilik usaha dapat menetapkan harga jual yang rendah, sehingga mereka dapat bersaing dengan pemilik usaha lain dan menguasai pasar, sehingga mereka dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar.<sup>45</sup> Menurut Palupi, tingkat efisiensi biaya produksi suatu perusahaan dapat diukur dengan menghitung berapa banyak bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya pabrik yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu. Efisiensi biaya produksi merupakan hal penting bagi perusahaan untuk mencapai laba yang optimal.<sup>46</sup>

Berdasarkan definisi di atas, dapat dikatakan bahwa perbandingan input dan output dengan menggunakan sumber yang ada secara efektif untuk mencapai sasaran tertentu disebut efisiensi. Anda harus menghitung perbedaan antara anggaran dan hasil untuk mengetahui apakah biaya

---

<sup>44</sup> Ibid.

<sup>45</sup> Annisa Nur Hildayanti, "Pendekatan Target Costing Sebagai Alat Untuk Melakukan Efisiensi Biaya Produksi Pada UMKM Ten Kitchen Kota Bogor", 26.

<sup>46</sup> Palupi et al, "Analisis Biaya Standar Untuk Mendukung Efisiensi Biaya Produksi Perusahaan (Studi Pada Pabrik Gula Lestari, Patianrowo, Nganjuk)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 36 (2016): 80.

produksi efisien. Perusahaan harus menetapkan harga yang tepat supaya mereka dapat menerapkan biaya produksi dengan efisien.<sup>47</sup>

## 2. Indikator Tercapai Efisiensi Produksi

Ada sejumlah indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi produksi yang dicapai. Untuk mengukur dan mengelola elemen-elemen ini untuk mengoptimalkan proses produksi, sistem manufaktur juga dapat digunakan. Berikut adalah beberapa indikator utama.

### a. Rasio *Input* dan *Output*

Rasio *input* dan *output* merupakan perbandingan antara jumlah *input* sumber daya dan jumlah *output* produk. Untuk menilai seberapa efektif penggunaan sumber daya, indikator ini sangat penting. Sistem manufaktur yang canggih dapat memantau rasio ini secara *real-time*, memungkinkan perubahan cepat jika diperlukan.

Sebagai contoh, perusahaan dapat menemukan pemborosan bahan baku atau energi dengan memantau rasio *input* dan *output* sistem manufaktur. Kemudian, mereka dapat mengambil tindakan strategis untuk mengurangi pemborosan. Sistem bahkan dapat membantu dalam perencanaan dan pengendalian strategi tersebut, memastikan upaya penghematan berjalan lancar.

### b. Waktu Siklus Produksi

Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan satu siklus produksi, dari awal hingga akhir, disebut sebagai waktu siklus

---

<sup>47</sup> Palupi et al, 80.

produksi. Menurunkan waktu siklus merupakan tanda bahwa ada peningkatan efisiensi. Bisnis dapat mengetahui bagian mana yang perlu dioptimalkan, seperti peralatan yang lambat atau antrian di tempat kerja, dengan menilai waktu siklus.

Sistem manufaktur kontemporer dapat membantu dalam simulasi perubahan proses untuk mencapai waktu siklus yang lebih efisien. Produksi sistem yang terintegrasi dengan sistem lainnya dapat memantau waktu siklus, menemukan masalah dalam proses, dan memperbaiki proses.

c. Penggunaan Kapasitas

Perusahaan dapat menggunakan sistem manufaktur untuk memantau kapasitas produksi dan memastikan bahwa fasilitas digunakan dengan efektif. Misalnya, jika kapasitas tidak digunakan sepenuhnya, perusahaan dapat menilai apakah jadwal atau peralatan harus diubah, atau jika kapasitas terlalu tinggi, itu bisa menunjukkan bahwa perluasan dilakukan.

d. Limbah dan Sisa Material

Proses manufaktur dapat membantu dalam mengidentifikasi dan mengurangi limbah yang berkaitan dengan penggunaan bahan baku dan energi. Melalui pemantauan dan analisis limbah, perusahaan dapat membuat perubahan dalam proses produksi dan memastikan penggunaan sumber daya yang lebih efisien dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

e. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan juga merupakan indikator efisiensi produksi karena menunjukkan kualitas produk yang dibuat. Selama proses produksi hingga pengiriman, sistem manufaktur dapat digunakan untuk mengontrol kualitas tersebut. Melalui pemantauan kepuasan pelanggan dan feedback yang diberikan, perusahaan dapat terus menilai dan meningkatkan proses produksi untuk memastikan bahwa produk memenuhi ekspektasi pelanggan, yang pada akhirnya mengarah pada kesuksesan jangka panjang.