E-ISSN: 3025-0994
Halaman 7729-7739
Volume 4 Nomor 3 Tahun 2026

Penerapan *Target Costing* untuk Mengukur Biaya Produksi sebagai Dasar Penetapan Harga Jual yang Kompetitif dalam Upaya Meningkatkan Laba UMKM Snack Box and Cake Ibunda Probolinggo

Afifah Brilian Nurhafizhah[1], Apit Miharso[2], Ilham Saiful Fauzi[3]

[1,2,3] Akuntansi Manajemen, Politeknik Negeri Malang
e-mail: afifahbriliann@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan metode target costing dalam pengukuran biaya produksi, menganalisis perbandingan biaya produksi sebelum dan sesudah penerapan *target costing*, serta mengetahui peningkatan laba pada UMKM Snack Box and Cake Ibunda Probolinggo. Objek penelitian ini adalah UMKM Snack Box and Cake Ibunda. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta data sekunder berupa data biaya produksi, data penjualan, dan laporan laba rugi tahun 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Snack Box and Cake Ibunda masih menggunakan perhitungan biaya produksi secara sederhana dan belum mengalokasikan seluruh komponen biaya produksi secara menyeluruh. Biaya produksi sebelum penerapan target costing sebesar Rp 183.413.113. Setelah penerapan *target costing* melalui rekayasa nilai (*value engineering*), biaya produksi menurun menjadi Rp 178.877.031 sehingga terjadi efisiensi biaya sebesar Rp 4.536.082 atau 2,47%. Selain itu, laba bersih UMKM meningkat dari Rp 36.586.887 menjadi Rp 41.122.969 dengan peningkatan sebesar Rp 4.536.082 atau 2%. Dengan demikian, penerapan metode *target costing* terbukti mampu meningkatkan efisiensi biaya produksi, menetapkan harga jual yang kompetitif, serta meningkatkan laba pada UMKM Snack Box and Cake Ibunda Probolinggo.

Kata Kunci: Biaya Produksi, Harga Jual Kompetitif, Laba, *target costing*, *Value Engineering*.

Abstract

This research aims to determine the implementation of the target costing method in measuring production costs, analyze the comparison of production costs before and after the implementation of target costing, and determine the increase in profit at UMKM Snack Box and Cake Ibunda Probolinggo. The object of this research was UMKM Snack Box and Cake Ibunda. This research used a quantitative method with a descriptive approach. The data used consisted of primary data obtained through interviews, observations, and documentation, as well as secondary data in the form of production cost data, sales data, and profit and loss

reports for 2025. The results of the study indicate that UMKM Snack Box and Cake Ibunda still uses a simple production cost calculation method and has not allocated all production cost components comprehensively. The production cost before the implementation of target costing was IDR 183,413,113. After the implementation of target costing through value engineering, the production cost decreases to IDR 178,877,031, resulting in a cost efficiency of IDR 4,536,082 or 2.47%. In addition, the company's net profit increases from IDR 36,586,887 to IDR 41,122,969, an increase of IDR 4,536,082 or 2%. Therefore, the implementation of the target costing method has proven to improve production cost efficiency, determine competitive selling prices, and increase profits at UMKM Snack Box and Cake Ibunda Probolinggo.

Keywords: *Production Cost, Competitive Selling Price, Profit, target costing, Value Engineering.*

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan dan stabilitas perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, tetapi juga berkontribusi dalam pemerataan pendapatan serta pengentasan kemiskinan (Lubis & Salsabilla, 2024). Selain itu, UMKM menjadi salah satu sektor yang relatif tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi dibandingkan dengan sektor usaha besar. Berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian tahun 2022, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 61,07%. Angka tersebut menunjukkan bahwa UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional yang perlu dikelola secara efektif dan efisien agar mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan usaha yang semakin ketat.

Seiring dengan perkembangan pasar dan meningkatnya tingkat persaingan, pelaku UMKM dituntut untuk mampu menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga jual yang kompetitif. Penetapan harga jual menjadi salah satu aspek krusial dalam keberlangsungan usaha, karena harga tidak hanya menentukan daya saing produk di pasar (Dhae et al, 2025), tetapi juga berpengaruh langsung terhadap tingkat keuntungan yang diperoleh. Dalam praktiknya, penetapan harga jual sangat dipengaruhi oleh ketepatan dalam menghitung biaya produksi. Biaya produksi yang akurat akan menghasilkan harga jual yang rasional serta mampu mencerminkan kondisi biaya yang sebenarnya.

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum menerapkan sistem perhitungan biaya produksi secara komprehensif. Sebagian besar UMKM masih menggunakan metode perhitungan biaya secara sederhana dengan hanya memperhitungkan biaya bahan baku, tanpa memasukkan komponen biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik secara menyeluruh (Leonita & Masrunik, 2026). Kondisi ini menyebabkan biaya produksi yang dihitung menjadi tidak akurat dan tidak mencerminkan biaya yang sesungguhnya. Dampak dari ketidaktepatan tersebut adalah penentuan harga jual yang kurang tepat, sehingga berpotensi menurunkan daya saing produk dan menyebabkan laba yang diperoleh tidak optimal.

Permasalahan tersebut juga terjadi pada UMKM Snack Box and Cake Ibunda Probolinggo yang memproduksi roti bolen varian pisang keju dan pisang cokelat. Berdasarkan hasil observasi awal, UMKM ini masih menggunakan metode perhitungan biaya produksi yang sederhana, sehingga belum mampu mengendalikan biaya produksi secara optimal. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku, seperti telur dan mentega, turut menyebabkan biaya produksi menjadi sulit dikendalikan. Di sisi lain, harga jual produk tidak dapat dengan mudah dinaikkan karena harus mempertimbangkan kondisi pasar dan tingkat persaingan. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk mencari strategi pengendalian biaya yang efektif tanpa mengorbankan kualitas produk.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam pengendalian biaya produksi adalah metode *target costing*. *target costing* merupakan metode penentuan biaya yang berorientasi pada harga pasar dan laba yang diharapkan oleh perusahaan. Dalam metode ini, perusahaan terlebih dahulu menetapkan harga jual berdasarkan kondisi pasar, kemudian menentukan laba yang diinginkan, sehingga diperoleh target biaya yang harus dicapai. Dengan demikian, pengendalian biaya dilakukan sejak tahap perencanaan, bukan setelah biaya terjadi. Pendekatan ini dinilai lebih efektif dalam menghadapi persaingan pasar yang kompetitif, karena perusahaan dipaksa untuk menyesuaikan biaya produksi agar tetap berada dalam batas yang telah ditentukan.

Selain itu, penerapan *target costing* umumnya diikuti dengan rekayasa nilai (*value engineering*), yaitu upaya sistematis untuk menekan biaya produksi dengan cara menghilangkan aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah tanpa mengurangi kualitas produk. Melalui kombinasi kedua pendekatan tersebut, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi biaya sekaligus mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini menjadi penting bagi UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya, sehingga dituntut untuk lebih efisien dalam mengelola biaya produksi.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan *target costing* mampu memberikan dampak positif terhadap efisiensi biaya dan peningkatan laba perusahaan. Penelitian Salimah et al. (2024) menyatakan bahwa penerapan *target costing* pada UMKM Melvi's Cake mampu menurunkan biaya produksi dan meningkatkan margin laba. Penelitian Sari dan Trihastuti (2025) juga menunjukkan bahwa target costing efektif dalam meningkatkan efisiensi biaya produksi pada UD Wijaya Bakery. Hasil penelitian lainnya juga mengindikasikan bahwa kombinasi target costing dan value engineering mampu membantu perusahaan dalam mengidentifikasi dan mengeliminasi biaya yang tidak memberikan nilai tambah.

Meskipun demikian, penerapan metode *target costing* pada UMKM masih relatif terbatas, khususnya pada usaha skala kecil yang belum memiliki sistem akuntansi biaya yang memadai. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara konsep teoritis dan praktik di lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memberikan gambaran empiris mengenai penerapan *target costing* pada UMKM, khususnya dalam konteks pengendalian biaya produksi dan peningkatan laba usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *target costing* dalam pengukuran biaya produksi, membandingkan biaya produksi sebelum dan sesudah penerapan *target costing*, serta mengetahui peningkatan laba pada UMKM Snack Box and Cake Ibunda Probolinggo. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi bagi pelaku UMKM dalam mengelola biaya produksi secara lebih efektif serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang akuntansi manajemen.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini dipilih untuk memberikan gambaran secara sistematis dan faktual mengenai penerapan target costing dalam pengukuran biaya produksi serta dampaknya terhadap peningkatan laba. Objek penelitian adalah UMKM Snack Box and Cake Ibunda yang berlokasi di Sumberkedawung, Kecamatan Leces, Kabupaten Probolinggo. Penelitian difokuskan pada produk roti bolen dengan varian pisang keju dan pisang cokelat sebagai produk utama yang dianalisis.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui kegiatan observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pemilik usaha. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen pendukung yang relevan, seperti laporan biaya produksi, laporan penjualan, serta laporan laba rugi tahun 2025.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode. Pertama, wawancara dilakukan dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi terkait sejarah usaha, proses produksi, penetapan harga jual, serta komponen biaya tenaga kerja. Kedua, observasi dilakukan secara langsung terhadap proses produksi dan aktivitas penjualan guna memahami alur kegiatan operasional. Ketiga, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa rincian biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, serta data penjualan yang mendukung analisis penelitian.

Teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah mengidentifikasi dan mengelompokkan seluruh komponen biaya produksi ke dalam tiga kategori, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Tahap kedua adalah menentukan harga jual yang kompetitif berdasarkan hasil survei pasar terhadap produk sejenis. Tahap ketiga adalah menetapkan target laba yang diharapkan oleh perusahaan. Tahap keempat adalah menghitung target costing dengan menggunakan rumus: Target Biaya = Harga Jual − Laba yang Diharapkan. Tahap kelima adalah melakukan rekayasa nilai (*value engineering*) sebagai upaya untuk menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produk. Tahap keenam adalah membandingkan biaya produksi sebelum dan sesudah penerapan target costing. Tahap terakhir adalah menganalisis efektivitas penerapan target costing dalam meningkatkan laba perusahaan.

Melalui tahapan analisis tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai penerapan target costing sebagai strategi pengendalian biaya produksi dan peningkatan laba pada UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian secara komprehensif yang meliputi identifikasi biaya produksi, penerapan *target costing*, implementasi rekayasa nilai (*value engineering*), serta analisis dampaknya terhadap efisiensi biaya dan peningkatan laba pada UMKM Snack Box and Cake Ibunda Probolinggo.

Hasil

1. Identifikasi Biaya Produksi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada kondisi awal, UMKM belum melakukan perhitungan biaya produksi secara komprehensif. Perusahaan hanya memasukkan sebagian komponen biaya, sehingga total biaya yang dihasilkan belum mencerminkan biaya produksi yang sebenarnya.

Tabel 1. Biaya Produksi Sebelum Pembebanan Lengkap

Keterangan	Jumlah (Rp)
Bahan Baku	132.000.000
Tenaga Kerja Langsung	22.680.412
Overhead (Bahan Penolong)	12.976.000
Total	167.656.412

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa proporsi biaya terbesar berasal dari bahan baku, yaitu sekitar 78,7% dari total biaya produksi. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini sangat bergantung pada stabilitas harga bahan baku. Namun, tidak dimasukkannya komponen *overhead* lain menyebabkan terjadinya *understated cost* (biaya lebih rendah dari kondisi sebenarnya), yang berpotensi menghasilkan keputusan harga jual yang tidak akurat.

Setelah dilakukan pembebanan biaya secara menyeluruh, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Biaya Produksi Setelah Pembebanan Lengkap

Keterangan	Jumlah (Rp)
Bahan Baku	132.000.000
Tenaga Kerja Langsung	22.680.412
Tenaga Kerja Tidak Langsung	9.072.165
Bahan Penolong	12.976.000
Listrik	943.505
Pemeliharaan Mesin	604.811
Penyusutan	1.536.220
Sewa	3.600.000
Total	183.413.113

Terjadi kenaikan biaya sebesar Rp15.756.701 (±9,4%). Kenaikan ini bukan karena pemborosan, melainkan karena sebelumnya terdapat biaya yang belum diakui. Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa sistem perhitungan awal UMKM belum akurat dan berpotensi menyesatkan dalam pengambilan keputusan manajerial, khususnya dalam penetapan harga dan evaluasi laba.

2. Penerapan *target costing*

Penerapan *target costing* dimulai dari analisis pasar yang menunjukkan bahwa harga jual Rp2.500 per unit merupakan harga yang kompetitif. Strategi ini mencerminkan kondisi price taker, di mana perusahaan tidak memiliki keleluasaan dalam menentukan harga, sehingga efisiensi biaya menjadi satu-satunya alternatif untuk meningkatkan laba.

Tabel 3. Target Laba

Produk	Laba Saat Ini	Target Laba	Harga Jual	Laba Maks
Roti Bolen	416	3–5%	2.500	541

Berdasarkan data tersebut, perusahaan menargetkan peningkatan laba tanpa menaikkan harga jual, sehingga tekanan efisiensi diarahkan pada biaya produksi.

Tabel 4. *target costing* per Unit

Produk	Harga Jual	Target Laba	Target Biaya
Roti Bolen	2.500	541	1.959

Hasil ini menunjukkan adanya gap biaya, di mana biaya aktual sebelumnya masih lebih tinggi dibandingkan target biaya. Hal ini menandakan bahwa perusahaan perlu melakukan efisiensi untuk mencapai tingkat laba yang diharapkan.

Tabel 5. Target Total Biaya

Produk	Produksi	Target/unit	Total Target
Roti Bolen	88.000	1.959	172.413.113

Jika dibandingkan dengan biaya aktual Rp183.413.113, terdapat selisih sekitar Rp10,9 juta yang harus ditekan. Hal ini memperkuat bahwa target costing berfungsi sebagai alat kontrol biaya yang bersifat proaktif.

3. Penerapan *Value Engineering*

Analisis menunjukkan adanya inefisiensi tenaga kerja berupa idle time sebesar 7,5 jam per hari.

Tabel 6. *Idle Time* Tenaga Kerja

Keterangan	Nilai
Kapasitas kerja	40 jam
Kebutuhan kerja	32,5 jam
Idle time	7,5 jam

Idle time sebesar 18,75% dari kapasitas kerja menunjukkan adanya pemborosan sumber daya. Kondisi ini menjadi indikator bahwa jumlah tenaga kerja tidak optimal.

Setelah dilakukan efisiensi:

Tabel 7. Biaya Tenaga Kerja Setelah Efisiensi

Karyawan	Biaya (Rp)
4 orang	18.144.330

Pengurangan tenaga kerja menghasilkan penurunan biaya yang signifikan tanpa mengganggu proses produksi, yang menunjukkan bahwa sebelumnya terjadi *overstaffing*.

Tabel 8. Biaya Setelah *target costing* & VE

Keterangan	Jumlah (Rp)
Total Biaya	178.877.031

Meskipun belum mencapai target Rp172.413.113, perusahaan telah berhasil mendekati target dengan selisih yang lebih kecil. Hal ini menunjukkan bahwa value engineering efektif, namun masih terdapat ruang untuk efisiensi lanjutan.

4. Perbandingan Biaya Produksi

Tabel 9. Perbandingan Biaya

Metode	Total (Rp)	Selisih	Persentase
Tradisional	183.413.113		
target costing	178.877.031	4.536.082	2,47%

Penurunan sebesar 2,47% menunjukkan bahwa efisiensi biaya berhasil dicapai. Meskipun persentasenya relatif kecil, namun dalam konteks UMKM, efisiensi ini memiliki dampak signifikan terhadap profitabilitas.

5. Analisis Peningkatan Laba

Tabel 10. Perbandingan Laba

Keterangan	Sebelum	Sesudah	Selisih
Penjualan	220.000.000	220.000.000	-
Total Biaya	183.413.113	178.877.031	4.536.082
Laba Bersih	36.586.887	41.122.969	4.536.082
Persentase	17%	19%	2%

Peningkatan laba terjadi bukan karena peningkatan penjualan, melainkan murni dari efisiensi biaya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengendalian biaya melalui *target costing* lebih efektif dibandingkan strategi peningkatan harga jual.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan target costing yang disertai value engineering mampu: (1) Mengidentifikasi biaya yang sebelumnya tidak terdeteksi, (2) Mengurangi pemborosan sumber daya, (3) Meningkatkan efisiensi operasional, (4) Meningkatkan laba tanpa menaikkan harga jual.

Dengan demikian, metode ini sangat relevan diterapkan pada UMKM yang berada dalam kondisi persaingan harga yang ketat.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penerapan metode target costing pada UMKM Snack Box and Cake Ibunda memberikan dampak yang signifikan terhadap pengendalian biaya produksi dan peningkatan laba usaha. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan biaya yang sebelumnya bersifat konvensional dan kurang terstruktur dapat ditingkatkan menjadi lebih sistematis melalui pendekatan berbasis target. Selain itu, penerapan metode ini juga mendorong perusahaan untuk lebih proaktif dalam mengidentifikasi sumber-sumber inefisiensi serta melakukan perbaikan secara berkelanjutan tanpa mengorbankan kualitas produk.

1. Analisis Penerapan Target Costing dalam Pengendalian Biaya Produksi

Penerapan target costing pada UMKM Snack Box and Cake Ibunda terbukti mampu meningkatkan efektivitas pengendalian biaya produksi. Sebelum penerapan metode ini, perusahaan menggunakan pendekatan tradisional yang cenderung reaktif, yaitu menghitung biaya setelah proses produksi berlangsung tanpa adanya perencanaan biaya yang jelas. Kondisi ini menyebabkan perusahaan tidak memiliki acuan dalam mengendalikan biaya, sehingga potensi pemborosan tidak dapat diidentifikasi secara optimal.

Setelah penerapan target costing, perusahaan mulai menetapkan target biaya berdasarkan harga pasar dan laba yang diharapkan. Pendekatan ini mengubah pola pengelolaan biaya dari yang sebelumnya bersifat *cost-based* menjadi market-driven costing. Dengan demikian, biaya produksi tidak lagi menjadi variabel bebas, melainkan harus disesuaikan agar tetap berada dalam batas target yang telah ditentukan.

Penetapan target biaya per unit menjadi instrumen penting dalam mengendalikan biaya produksi, karena memberikan batas maksimal yang harus dipatuhi oleh perusahaan. Hal ini mendorong manajemen untuk melakukan evaluasi terhadap setiap komponen biaya dan mengidentifikasi area yang masih dapat dioptimalkan. Dengan adanya target biaya, perusahaan juga memiliki tolok ukur yang jelas dalam menilai efisiensi operasional.

Temuan ini sejalan dengan teori Hansen dan Mowen (2009) yang menyatakan bahwa *target costing* merupakan metode pengendalian biaya yang berorientasi pada harga pasar dan laba yang diinginkan. Dalam konteks penelitian ini, target costing tidak hanya berfungsi sebagai alat perhitungan biaya, tetapi juga sebagai alat manajemen strategis yang membantu perusahaan dalam menjaga daya saing di pasar.

2. Analisis Efisiensi Biaya Produksi Setelah Penerapan Rekayasa Nilai (*Value Engineering*)

Efisiensi biaya produksi pada UMKM Snack Box and Cake Ibunda terutama dicapai melalui penerapan rekayasa nilai (*value engineering*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum dilakukan rekayasa nilai, terdapat inefisiensi dalam penggunaan tenaga kerja yang ditunjukkan oleh adanya idle time yang cukup besar. Kondisi ini mengindikasikan bahwa

alokasi sumber daya belum optimal dan terdapat aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah terhadap produk.

Melalui analisis tersebut, perusahaan melakukan penyesuaian jumlah tenaga kerja dari 5 orang menjadi 4 orang. Keputusan ini didasarkan pada perhitungan kapasitas kerja yang menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja sebelumnya melebihi kebutuhan produksi. Pengurangan tenaga kerja ini tidak berdampak negatif terhadap kualitas maupun kuantitas produksi, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebelumnya terjadi kondisi overstaffing.

Penurunan biaya tenaga kerja secara langsung berkontribusi terhadap penurunan total biaya produksi. Hal ini menunjukkan bahwa efisiensi biaya tidak selalu harus dilakukan melalui pengurangan kualitas bahan atau peningkatan harga jual, melainkan dapat dicapai melalui optimalisasi penggunaan sumber daya yang ada. Selain itu, penerapan value engineering juga membantu perusahaan dalam mengidentifikasi aktivitas yang tidak bernilai tambah dan menghilangkannya secara sistematis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Supriyono (2016) yang menyatakan bahwa value engineering bertujuan untuk menekan biaya dengan cara menghilangkan aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah tanpa mengurangi kualitas produk. Dalam penelitian ini, value engineering terbukti efektif sebagai alat pendukung dalam implementasi *target costing*, khususnya dalam mencapai target biaya yang telah ditetapkan.

3. Analisis Peningkatan Laba Setelah Penerapan *Target Costing*

Peningkatan laba pada UMKM Snack Box and Cake Ibunda terjadi sebagai konsekuensi langsung dari efisiensi biaya produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun harga jual produk tidak mengalami perubahan, laba perusahaan mengalami peningkatan. Hal ini menegaskan bahwa strategi peningkatan laba tidak selalu harus dilakukan melalui peningkatan pendapatan, tetapi dapat dicapai melalui pengendalian biaya yang lebih efektif.

Dalam penelitian ini, laba meningkat sebagai akibat dari berkurangnya biaya tenaga kerja setelah penerapan *value engineering*. Dengan kata lain, peningkatan laba bersifat *cost-driven*, bukan *revenue-driven*. Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan berhasil meningkatkan margin keuntungan melalui efisiensi operasional.

Meskipun target laba yang diharapkan belum sepenuhnya tercapai, namun hasil yang diperoleh menunjukkan adanya tren peningkatan yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan *target costing* telah berjalan dengan baik, meskipun masih terdapat ruang untuk perbaikan lebih lanjut, khususnya dalam mengoptimalkan komponen biaya lainnya.

Temuan ini mendukung penelitian Tambunan et al. (2021) dan Putri (2022) yang menyatakan bahwa target costing efektif dalam meningkatkan profitabilitas usaha melalui efisiensi biaya produksi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa target costing merupakan strategi yang relevan bagi UMKM dalam meningkatkan laba tanpa harus menghadapi risiko penurunan daya saing akibat kenaikan harga jual.

4. Kesesuaian Hasil Penelitian dengan Teori dan Penelitian Terdahulu

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan kesesuaian yang kuat dengan teori dan penelitian terdahulu mengenai target costing. Penerapan metode ini terbukti mampu

membantu perusahaan dalam mengendalikan biaya produksi, meningkatkan efisiensi operasional, serta meningkatkan laba usaha.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori Witjaksono (2006) yang menyatakan bahwa target costing merupakan metode penentuan biaya yang didasarkan pada harga pasar dan laba yang diharapkan. Dalam praktiknya, metode ini memaksa perusahaan untuk menyesuaikan biaya produksi dengan kondisi pasar, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk.

Selain itu, hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Salimah et al. (2024), Sari dan Trihastuti (2025), serta Tambunan et al. (2021) yang menunjukkan bahwa penerapan target costing mampu meningkatkan efisiensi biaya dan laba perusahaan. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa target costing memiliki tingkat generalisasi yang cukup baik dan dapat diterapkan pada berbagai jenis UMKM, khususnya yang bergerak di bidang produksi makanan.

Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan penerapan target costing sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi sumber inefisiensi dan melakukan perbaikan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penerapan metode ini tidak hanya memerlukan perhitungan yang akurat, tetapi juga komitmen manajemen dalam melakukan pengendalian biaya secara konsisten.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan metode *target costing* pada UMKM Snack Box and Cake Ibunda, dapat disimpulkan bahwa metode *target costing* mampu membantu perusahaan dalam mengendalikan biaya produksi secara lebih efektif. Sebelum penerapan *target costing*, perhitungan biaya produksi masih dilakukan secara sederhana dan belum memasukkan seluruh komponen biaya overhead pabrik sehingga biaya produksi yang dihitung belum mencerminkan biaya yang sebenarnya. Setelah dilakukan pengalokasian seluruh biaya *overhead* pabrik, total biaya produksi roti bolen pada tahun 2025 sebesar Rp 183.413.113. Selanjutnya, melalui penerapan metode *target costing* diperoleh target biaya produksi sebesar Rp 172.413.113 atau sebesar Rp 1.959 per unit produk. Untuk mencapai target biaya tersebut, perusahaan menerapkan rekayasa nilai (*value engineering*) melalui efisiensi penggunaan tenaga kerja. Hasil penerapan *target costing* dan rekayasa nilai menunjukkan bahwa total biaya produksi berhasil ditekan menjadi Rp 178.877.031atau mengalami penghematan sebesar Rp 4.536.082 (2,47%). Penerapan *target costing* juga terbukti mampu meningkatkan laba perusahaan. Laba sebelum penerapan *target costing* sebesar Rp 36.586.887 atau 17% meningkat menjadi Rp 41.122.969 atau 19% setelah penerapan target costing dan rekayasa nilai. Dengan demikian, metode target costing efektif diterapkan pada UMKM Snack Box and Cake Ibunda sebagai strategi pengendalian biaya produksi dan peningkatan laba tanpa harus menaikkan harga jual produk.

DAFTAR PUSTAKA

Dhae, D. F., Oktariyana, M. D., &Amp; Tomasowa, T. E. D. (2025). Analisis Faktor-Faktor Penetapan Harga Jual UMKM Baju Tenunku By Aldi Wibowo. *Jurnal Inovasi Akuntansi (JIA), 3*(2), 205–211. Https://Doi.Org/10.36733/Jia.V3i2.12961

Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2009). Akuntansi Manajemen. Jakarta: Salemba Empat.

Leonita, S. O. T., &Amp; Masrunik, E. (2026). Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Mie DWR. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (Jiaku), 5*(1), 59-72. Https://Doi.Org/10.24034/Jiaku.V5i1.7579

Lubis, P. S. I., &Amp; Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis, 2*(2), 91-110. Https://Doi.Org/10.59246/Muqaddimah.V2i2.716

Putri, A. S. (2022). *Penerapan Target Costing Dalam Upaya Peningkatan Laba Perusahaan Pada Masa Pandemi Covid-19: Studi Pada Home Industry Berkah Bakery Kabupaten Blitar* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Salimah, S., Anggarini, T., & Kusmilawaty, K. (2024). Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Mengoptimalkan Perolehan Laba Pada UMKM Melvi's Cake. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi, 2*(2), 251–261. Https://Doi.Org/10.30640/Trending.V2i2.2313

Sari, W. N., &Amp; Trihastuti, R. A. (2025). Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi Pada Usaha Kecil Menegah (Studi Kasus Ud. Wijaya Bakery). *Remittance: Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan, 6*(2), 39-44. Https://Doi.Org/10.56486/Remittance.Vol6no2.753

Supriyono, R.A. (2016). Akuntansi Keperilakuan. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Tambunan, H. B., Ilat, V., &Amp; 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.

Witjaksono. (2006). Akuntansi Biaya. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.