
Analisis Perhitungan *Target costing* Sebagai Penentuan Biaya Produksi pada UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi

Pera Periska¹, Septi Olivia Nurbaiti², Salsabilla fathonah³, Ayu Apriliyanti⁴, Firzani Islamiyah Dwi Putri⁵

Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2,3,4,5}

Jl. Kemanggisan Utama Raya, RT.3/RW.2, Slipi, Kec. Palmerah, Kota Jakarta Barat

Email Korespondensi: perapriska149@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan harga dan tekanan margin membuat UMKM kuliner perlu menghitung biaya produksi secara sistematis untuk menjaga profitabilitas. Penelitian ini bertujuan menganalisis perhitungan biaya produksi yang diterapkan pada UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi dan membandingkannya dengan perhitungan berdasarkan *Target costing*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data primer berupa observasi, wawancara mendalam dengan pemilik usaha, dan dokumentasi catatan biaya produksi selama periode penelitian; sampel penelitian adalah UMKM Soto Ayam Lamongan yang beroperasi di Slipi; analisis dilakukan dengan perhitungan HPP dan penerapan langkah *Target costing* (penetapan harga jual pasar, target laba, perhitungan target biaya, dan rekayasa nilai untuk efisiensi). Hasil menunjukkan sebelum penerapan *Target costing* total biaya produksi Rp34.080.000 per bulan dengan HPP Rp11.360 per porsi; setelah penerapan dan rekayasa nilai total biaya turun menjadi Rp29.250.000 per bulan dengan HPP Rp9.750 per porsi; laba bersih meningkat dari Rp4.920.000 menjadi Rp9.750.000 (target laba 25% tercapai). Implikasi penelitian: *Target costing* efektif membantu UMKM mengendalikan biaya, merencanakan harga, dan meningkatkan profitabilitas serta layak dijadikan bahan pelatihan akuntansi biaya bagi pelaku UMKM.

Kata Kunci: *Target costing*; Biaya produksi; Harga pokok produksi; UMKM; Laba

ABSTRACT

Price competition and margin pressure require food-related MSMEs to systematically calculate production costs to maintain profitability. This study aims to analyze the production cost calculations applied by the Soto Ayam Lamongan MSME in Slipi and compare them with calculations based on *Target costing*. The study employs a descriptive qualitative approach using primary data consisting of observations, in-depth interviews with business owners, and documentation of production cost records during the research period; the research sample consisted of Lamongan Chicken Soup SMEs operating in Slipi; the analysis was conducted through cost of goods sold (COGS) calculations and the application of *Target costing* steps (setting market selling prices, profit targets, target cost calculations, and value engineering for efficiency). The results show that before the implementation of *Target costing*, total production costs were Rp34,080,000 per month with a COGS of Rp11,360 per serving; after implementation and value engineering, total costs decreased to Rp29,250,000 per month with a COGS of Rp9,750 per serving; net profit increased from Rp4,920,000 to Rp9,750,000 (the 25% profit target was achieved). Research implications: *Target costing* is effective in helping MSMEs control costs, plan prices, and improve profitability, and is suitable as material for cost accounting training for MSME operators.

Keywords: *Target costing*; Production costs; Cost of goods sold; SMEs; Profit

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi besar terhadap aktivitas ekonomi masyarakat. Salah satu sektor UMKM yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah bidang kuliner. Pertumbuhan usaha kuliner perlu didukung dengan pengelolaan biaya produksi yang baik agar pelaku usaha dapat menentukan harga jual secara tepat. Akan tetapi, dalam praktiknya masih banyak pelaku UMKM yang menetapkan harga jual hanya berdasarkan perkiraan, harga pesaing, atau kebiasaan pasar. (Mustika, Ferdila, Khadijah, & Sumardin, 2024) menjelaskan bahwa kesalahan dalam penentuan harga jual pada UMKM sering terjadi karena pelaku usaha belum memperhitungkan harga pokok produksi dan prinsip akuntansi secara tepat. Kondisi ini dapat menyebabkan pelaku usaha tidak mengetahui secara pasti jumlah biaya yang dikeluarkan serta laba yang diperoleh.

Permasalahan serupa juga terjadi pada UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi, Jakarta Barat. Usaha ini mulai beroperasi sejak tahun 2019. Awalnya, usaha dijalankan dengan gerobak keliling. Seiring waktu, usaha tersebut

berkembang menjadi usaha menetap dengan menyewa ruko. Perkembangan usaha ini membuat biaya operasional semakin meningkat. Salah satu biaya yang cukup besar yaitu biaya sewa tempat sebesar Rp200.000 per hari. Selain itu, harga bahan baku seperti ayam, bumbu, gas, air, dan bahan pelengkap sering mengalami perubahan. Dalam kegiatan usahanya, pemilik belum menghitung biaya produksi secara teratur dan sistematis. Beberapa komponen biaya, seperti sewa tempat, biaya overhead, dan penyusutan peralatan, belum sepenuhnya dimasukkan dalam penentuan harga jual. Keadaan ini dapat membuat harga jual yang ditetapkan belum mampu menutup seluruh biaya produksi. Akibatnya, laba yang diperoleh belum tentu sesuai dengan harapan pemilik usaha.

Target costing adalah metode perencanaan biaya yang digunakan untuk menentukan batas biaya produksi berdasarkan harga jual yang sesuai dengan kondisi pasar dan laba yang ingin diperoleh. Metode ini membantu pelaku usaha mengetahui jumlah biaya maksimal yang dapat dikeluarkan agar produk tetap mampu bersaing dan tetap memberikan keuntungan. (Armansyah, Matin, Araehan, & Ramadhan, 2025; Dilasari, Pramukti, & Pelu, 2023) menjelaskan bahwa *Target costing* dapat digunakan sebagai alat pengendalian biaya produksi. Hal ini karena metode tersebut mendorong pelaku usaha untuk mengelola biaya secara lebih terencana sejak awal proses produksi. Penerapan *Target costing* dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap tersebut meliputi penentuan harga jual berdasarkan kondisi pasar, penetapan laba yang diharapkan, perhitungan target biaya, serta penyesuaian komponen biaya agar sesuai dengan target yang telah ditentukan. Melalui metode ini, pelaku usaha dapat mengetahui batas biaya produksi yang sebaiknya dikeluarkan agar produk tetap dijual dengan harga kompetitif dan tetap menghasilkan laba. Dengan demikian, *Target costing* tepat digunakan pada UMKM kuliner yang menghadapi perubahan harga bahan baku dan biaya operasional secara berkala. Penelitian sebelumnya telah banyak membahas perhitungan biaya produksi dan penerapan *Target costing* pada UMKM. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *Target costing* dapat membantu pelaku usaha menekan biaya produksi dan meningkatkan laba. (Sidik & Nugroho, 2022) meneliti UMKM Sinar Terang Awning dan menemukan bahwa penerapan *Target costing* mampu menghemat biaya produksi dari Rp57.744.162 menjadi Rp53.870.160 serta meningkatkan laba sebesar 5,92%. (Saleh, Monoarfa, & Panigoro, 2022) juga menunjukkan bahwa *Target costing* pada Yango Bakery dapat menghasilkan biaya produksi yang lebih rendah dibandingkan metode yang digunakan sebelumnya. Selain itu, (Nangoy, Tirayoh, & Mintalangi, 2022) menemukan bahwa *Target costing* dapat meningkatkan laba UMKM Sumaru Endo melalui perbandingan laba sebelum dan sesudah penerapan metode tersebut.

Berdasarkan penelitian terdahulu, metode *Target costing* terbukti dapat membantu pelaku UMKM dalam menekan biaya produksi dan meningkatkan laba. Namun, ketiga penelitian tersebut memiliki objek dan karakteristik usaha yang berbeda dengan penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi yang memiliki proses produksi dan perhitungan biaya tersendiri. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perhitungan *Target costing* sebagai dasar penentuan biaya produksi pada UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah pemahaman mengenai penerapan metode *Target costing* dalam penentuan biaya produksi, khususnya pada UMKM kuliner. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas pengendalian biaya produksi dan perencanaan laba pada usaha mikro, kecil, dan menengah. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu pemilik UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi dalam menghitung biaya produksi secara lebih tepat, mengendalikan pengeluaran usaha, dan menentukan harga jual yang sesuai agar laba yang diperoleh dapat lebih optimal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perhitungan *Target costing* sebagai dasar penentuan biaya produksi pada UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi. Penelitian ini juga bertujuan untuk membandingkan biaya produksi yang selama ini digunakan oleh pemilik usaha dengan biaya produksi berdasarkan metode *Target costing*. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan pemilik usaha dapat mengetahui apakah biaya produksi yang dikeluarkan sudah sesuai dengan target laba yang ingin dicapai. Sistematika penulisan artikel ini terdiri atas pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil dan pembahasan, serta kesimpulan dan saran.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Rozi & Shuwiandi (2022) mengatakan bahwa akuntansi biaya merupakan proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya yang berkaitan dengan pembuatan serta penjualan produk dengan cara tertentu. Akuntansi biaya juga mencakup proses penafsiran terhadap informasi biaya tersebut. Akuntansi menyediakan informasi keuangan untuk tiga tujuan utama: 1) Informasi digunakan oleh manajemen dalam menyusun perencanaan, mengendalikan kegiatan rutin, mengambil keputusan tidak rutin, serta merumuskan strategi jangka panjang. 2) Informasi akuntansi digunakan untuk menilai kinerja manajer, karyawan, dan unit-unit dalam organisasi. 3) Informasi

akuntansi diberikan kepada pihak eksternal, seperti pemilik, kreditur, instansi pemerintah, dan pihak lain sebagai dasar dalam pengambilan keputusan ekonomi lainnya.

Biaya produksi menjadi unsur penting dalam kegiatan produksi karena mencakup seluruh pengeluaran yang digunakan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Menurut Hernanto dalam (Harefa, Zebua, & Bawamenewi, 2022) menjelaskan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang muncul selama proses pengolahan bahan baku menjadi produk. Menurut Mulyadi tahun 2015 membagi biaya produksi menjadi tiga komponen utama, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Perhitungan biaya produksi perlu dilakukan secara tepat karena dapat memengaruhi penentuan laba perusahaan. Semakin akurat perhitungan biaya produksi, semakin jelas pula laba yang diperoleh dari selisih antara pendapatan dan biaya yang dikeluarkan (Haryanti & Rijanto, 2024). Selain itu, biaya produksi juga berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan. Apabila biaya produksi meningkat tanpa diikuti kenaikan pendapatan atau pengendalian biaya yang baik, maka laba bersih perusahaan dapat mengalami penurunan (Pasaribu & Hasanuh, 2021).

Menurut (Na' illatulloh, Zanah, & Fitriana, 2024), biaya produksi terdiri dari tiga unsur pokok, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Ketiga unsur tersebut memiliki hubungan yang saling mendukung dalam kegiatan produksi. Berikut penjelasan masing-masing unsur biaya produksi: 1) Biaya bahan baku langsung, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk bahan utama yang digunakan dalam pembuatan produk. 2) Biaya tenaga kerja langsung, yaitu biaya yang diberikan kepada tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi. 3) Biaya overhead pabrik, yaitu biaya produksi tidak langsung yang tidak dapat dibebankan secara langsung pada produk tertentu, tetapi tetap dibutuhkan untuk menunjang proses produksi.

Harga Pokok Produksi (HPP) adalah total biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan produk jadi dalam suatu periode. HPP terdiri dari beberapa komponen, yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. (Lomboan, Pusung, & Mintalangi, 2025) menjelaskan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap dijual. Biaya tersebut mencakup bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Perhitungan HPP memiliki peran penting bagi perusahaan karena dapat menunjukkan jumlah biaya produksi yang sebenarnya. Informasi HPP juga dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan harga jual, mengendalikan biaya produksi, serta meningkatkan laba usaha.

Menurut (Hurriyaturohman et al., 2022) *Target costing* merupakan teknik manajemen yang digunakan untuk menekan biaya produk agar harga jual tetap kompetitif dan perusahaan dapat memperoleh laba sesuai target. (Rudianto, 2013) menjelaskan bahwa *Target costing* lebih tepat diterapkan pada perusahaan yang memproduksi berbagai jenis produk dalam jumlah sedang atau sedikit, dibandingkan pada industri yang melakukan produksi secara terus-menerus dan massal. Selain itu, *Target costing* lebih berfokus pada upaya pengurangan biaya, bukan sekadar pengendalian biaya. Tahapan penerapan *Target costing* dapat dijelaskan sebagai berikut: 1) Menentukan harga jual yang kompetitif (Hidayat, 2018), penetapan harga jual merupakan proses menentukan harga yang harus dibayar oleh konsumen. Harga jual tersebut dapat dihitung berdasarkan biaya produksi yang ditambahkan dengan komponen biaya lain sesuai pusat pertanggungjawaban dalam perusahaan. 2) Menentukan target laba yang diharapkan, perusahaan perlu menetapkan laba yang ingin dicapai dari setiap unit produk atau jasa. Penentuan laba ini penting karena harga jual per unit memiliki pengaruh langsung terhadap laba yang akan diperoleh. 3) Menghitung target biaya, pada tahap ini perusahaan menghitung biaya produk yang sesuai dengan kondisi pasar. Setelah itu, perusahaan menetapkan laba yang diinginkan dan menentukan harga jual produk kepada konsumen. Rumus yang digunakan yaitu: $\text{Target Biaya} = \text{Harga Jual} - \text{Laba yang Diharapkan}$. 4) Menerapkan rekayasa nilai (*Value engineering*), rekayasa nilai merupakan upaya untuk menyesuaikan atau memperbaiki produk agar biaya produksi dapat ditekan. Meskipun biaya dikurangi, produk tetap harus memiliki nilai dan kualitas yang baik bagi pelanggan. Menurut (Ayu, Suhendro, & Wijayanti, 2022), *Target costing* menargetkan biaya produk dengan berdasarkan pada harga jual yang dibayar konsumen.

Rumus *Target costing* adalah sebagai berikut:

$$\text{Target costing} = \text{Harga Target} - \text{Laba}$$

Sumber: (Ayu et al., 2022)

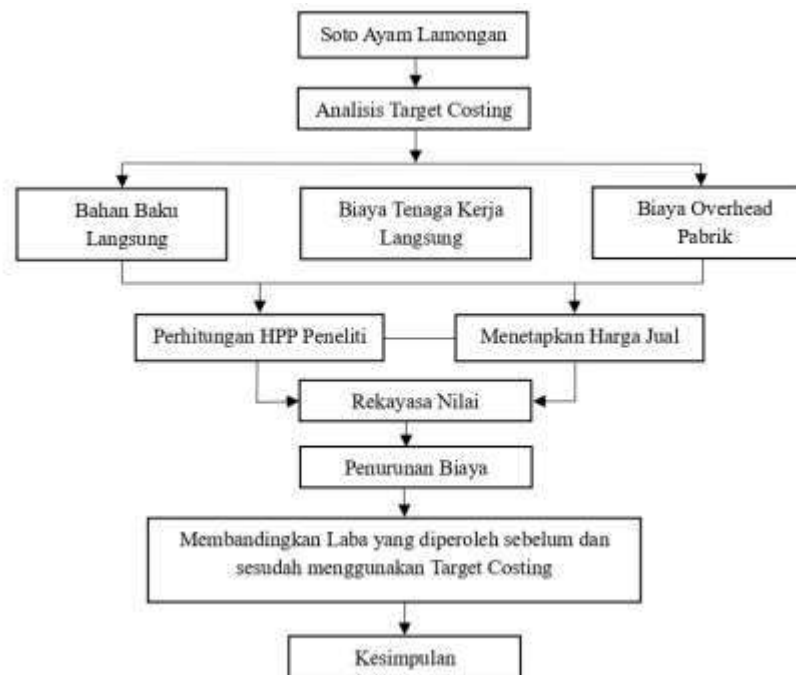
Menurut (Ervina et al., 2022), laba dalam akuntansi dapat dipahami sebagai selisih antara pendapatan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan dalam suatu periode tertentu. Laba menjadi salah satu ukuran penting dalam menilai kinerja usaha. Informasi mengenai laba juga dapat digunakan oleh investor dan kreditor sebagai dasar dalam mengambil keputusan, baik untuk menanamkan modal maupun memberikan pinjaman. (Rato & Wahidahwati, 2021) menjelaskan bahwa laba memiliki beberapa elemen utama, yaitu: 1) Pendapatan (*revenue*), yaitu arus masuk atau

peningkatan aset suatu entitas, atau penyelesaian kewajiban, yang berasal dari kegiatan utama perusahaan. Kegiatan tersebut dapat berupa penjualan barang, pemberian jasa, atau aktivitas operasional lain yang menjadi sumber utama usaha. 2 Keuntungan (*gain*), yaitu kenaikan ekuitas yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang tidak terjadi secara rutin dalam kegiatan usaha suatu entitas.

Penelitian (Sidik & Nugroho, 2022) pada UMKM Sinar Terang Awning membahas penerapan metode *Target costing* dalam upaya menekan biaya produksi dan meningkatkan laba usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan metode *Target costing* mampu menurunkan biaya produksi dari Rp57.744.162 menjadi Rp53.870.160. Selain itu, laba usaha mengalami peningkatan sebesar 5,92%. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada penggunaan metode *Target costing* sebagai alat analisis biaya produksi. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, karena penelitian Sidik dan Nugroho dilakukan pada usaha awning, sedangkan penelitian ini dilakukan pada UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi yang bergerak dalam bidang kuliner.

Penelitian (Saleh et al., 2022) pada Yango Bakery juga membahas penerapan *Target costing* dalam perhitungan biaya produksi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa metode *Target costing* dapat menghasilkan biaya produksi yang lebih rendah dibandingkan metode perhitungan yang digunakan sebelumnya. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan *Target costing* untuk mengetahui efisiensi biaya produksi. Perbedaannya terdapat pada jenis usaha dan karakteristik biaya. Yango Bakery memiliki proses produksi roti, sedangkan penelitian ini berfokus pada usaha soto ayam yang memiliki komponen biaya seperti ayam, bumbu, bahan pelengkap, gas, air, sewa tempat, dan biaya operasional lainnya.

Penelitian (Nangoy et al., 2022) pada UMKM Sumaru Endo membuktikan bahwa penerapan metode *Target costing* dapat membantu meningkatkan laba usaha. Penelitian tersebut membandingkan laba sebelum dan sesudah penggunaan metode *Target costing*, sehingga dapat diketahui pengaruh metode tersebut terhadap keuntungan usaha. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada tujuan untuk menganalisis biaya produksi agar laba yang diharapkan dapat tercapai. Perbedaannya terletak pada objek dan lokasi penelitian. Penelitian (Nangoy et al., 2022) dilakukan pada UMKM Sumaru Endo, sedangkan penelitian ini dilakukan pada UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi, Jakarta Barat. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa metode *Target costing* dapat digunakan untuk membantu UMKM dalam mengendalikan biaya produksi, menekan pengeluaran, dan meningkatkan laba. Namun, setiap UMKM memiliki karakteristik biaya yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perhitungan *Target costing* sebagai dasar penentuan biaya produksi pada UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi.



Sumber: (Peneliti, 2026)
Gambar 1. Kerangka Berpikir

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis penggunaan *Target costing* sebagai cara penentuan biaya produksi pada UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi. UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu usaha kuliner berbasis makanan tradisional yang telah beroperasi secara konsisten dan memiliki struktur biaya produksi yang dapat dikaji secara mendalam menggunakan metode *Target costing*. Selain itu, usaha ini mewakili karakteristik UMKM sektor makanan yang umum dijumpai di wilayah perkotaan, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha sejenis.

Penelitian dilakukan selama 3 bulan dari bulan april sampai bulan juni melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah untuk memahami bagaimana proses perhitungan biaya produksi dilakukan serta mengevaluasi penggunaan metode *Target costing* dalam meningkatkan efisiensi biaya dan pencapaian laba. Metode deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran sistematis tentang keadaan yang terjadi pada objek yang diteliti.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer didapat langsung dari sumber asli melalui wawancara dengan pemilik atau pengelola UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi. Data sekunder diperoleh dari dokumen pendukung seperti catatan tentang biaya produksi, laporan keuangan sederhana, dan literatur yang relevan dengan penelitian. Penggunaan data primer melalui wawancara serta data sekunder melalui dokumentasi juga diterapkan dalam penelitian sebelumnya yang terkait dengan *Target costing* pada UMKM.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan lewat wawancara dan pengumpulan dokumen. Wawancara dilakukan secara langsung untuk mendapatkan informasi tentang proses produksi, rincian biaya, serta kebijakan harga yang digunakan oleh pelaku usaha. 1) Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai aktivitas pelayanan, volume konsumen yang dilayani, serta cara penyajian produk. Pengamatan juga mencakup peralatan yang digunakan dan kondisi operasional sehari-hari usaha tersebut. Observasi dalam penelitian ini tidak difokuskan pada proses pembuatan produk, melainkan diarahkan pada aspek-aspek yang berkaitan dengan aktivitas usaha dan struktur biaya, seperti penggunaan fasilitas, perlengkapan, serta kebutuhan operasional harian. Teknik ini berfungsi sebagai penguat terhadap data yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi, sehingga informasi mengenai biaya produksi, biaya overhead, dan kebijakan harga dapat diverifikasi sesuai dengan kondisi usaha yang sesungguhnya.

2) Dokumentasi, pengumpulan dokumen dilakukan dengan mengumpulkan data mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead yang digunakan dalam proses produksi. Teknik ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang mengandalkan wawancara dan pengumpulan dokumen untuk menganalisis penerapan *Target costing* pada UMKM.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan, diperoleh sejumlah informasi mengenai proses produksi, mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Berdasarkan data yang telah terkumpul, perhitungan harga pokok produksi pada UMKM Soto Ayam Lamongan dapat dilakukan sebagai berikut.

4.1. Hasil

Berdasarkan hasil penelitian bahwa UMKM Soto Ayam Lamongan adalah bisnis yang telah dimulai sejak tahun 2019. Pada awal mula, usaha ini dimulai dengan berjualan menggunakan gerobak keliling dengan modal awal sebesar Rp2.000.000. Seiring berjalannya waktu, usaha ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, terlihat dari peralihan dari metode penjualan keliling menjadi tetap dengan menyewa ruko dengan biaya sewa harian sebesar Rp200.000. Adapun data-data dari hasil wawancara sebagai berikut:

Tabel 1. Total Penjualan Soto Ayam Lamongan

Jenis Produk	Penjualan	Harga Per Unit (Rp)	Total (Rp)
Soto	100	13.000	1.300.000

Sumber: (Soto Ayam Lamongan, 2026)

Berdasarkan Tabel 1. menunjukkan data penjualan harian UMKM Soto Ayam Lamongan. Berdasarkan tabel tersebut, produk yang dijual adalah soto ayam dengan jumlah penjualan sebanyak 100 porsi per hari dan harga jual per porsi sebesar Rp13.000, sehingga total pendapatan penjualan per hari mencapai Rp1.300.000. Data ini menjadi dasar dalam

perhitungan total penjualan per bulan, yaitu $100 \text{ porsi} \times 30 \text{ hari} = 3.000 \text{ porsi/bulan}$, dengan total penjualan sebesar Rp39.000.000 per bulan.

Tabel 2. Data Produksi

Bahan Baku Langsung	Biaya
Ayam	Rp. 3.600.000
Bumbu Dapur	Rp. 5.340.000
Soun	Rp. 840.000
Telur	Rp. 1.500.000
Lalapan (kol,tomat)	Rp. 1.200.000
Kecap	Rp. 1.500.000
Jumlah Bahan Baku Langsung	Rp. 13.980.000

Sumber: (Soto Ayam Lamongan, 2026)

Berdasarkan Tabel 2, terungkap bahwa keseluruhan pengeluaran untuk bahan baku langsung dalam kegiatan produksi UMKM Soto Ayam Lamongan terdiri dari bahan baku utama. Pengeluaran untuk bahan baku Soto Ayam Lamongan, termasuk ayam, bumbu dapur, soum, telur, lalapan, kecap dengan jumlah total bahan baku produksi Rp.13.980.000.

Tabel 3. Biaya

Keterangan	Biaya
Biaya Tenaga Kerja Langsung	
Karyawan 1	Rp. 6.000.000
Karyawan 2	Rp. 6.000.000
Jumlah Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 12.000.000
Biaya Overhead Pabrik	
Ruko	Rp. 6.000.000
Listrik & Air	Rp. 900.000
Gas 2 tabung	Rp. 1.200.000
Jumlah Biaya Overhead Pabrik	Rp. 8.100.000

Sumber: (Soto Ayam Lamongan, 2026)

Berdasarkan Tabel 3. total biaya tenaga kerja langsung UMKM Soto Ayam Lamongan per bulan adalah sebesar Rp12.000.000 yang terdiri dari gaji dua karyawan masing-masing sebesar Rp6.000.000. Selain biaya tenaga kerja, terdapat pula biaya overhead pabrik yang harus ditanggung usaha setiap bulannya. Biaya overhead pabrik meliputi biaya sewa ruko sebesar Rp6.000.000, biaya listrik dan air sebesar Rp900.000, serta biaya gas sebanyak dua tabung sebesar Rp1.200.000, sehingga total biaya overhead pabrik per bulan adalah Rp8.100.000. Secara keseluruhan, total biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang dikeluarkan usaha per bulan adalah sebesar Rp20.100.000.

Tabel 4. Perhitungan HPP Peneliti

Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 13.980.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 12.000.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 8.100.000
Total Biaya Produksi	Rp. 34.080.000
Harga Pokok/porsi	Rp. 11.360

Sumber: (Soto Ayam Lamongan, 2026)

Berdasarkan Tabel 4, total biaya produksi UMKM Soto Ayam Lamongan per bulan sebelum penerapan *Target costing* adalah sebesar Rp34.080.000 yang terdiri dari biaya bahan baku langsung sebesar Rp13.980.000, biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp12.000.000, dan biaya overhead pabrik sebesar Rp8.100.000. Dari total biaya produksi tersebut, harga pokok produksi (HPP) per porsi diperoleh sebesar Rp11.360. Nilai ini didapat dengan membagi total biaya produksi sebesar Rp34.080.000 dengan jumlah produksi per bulan sebanyak 3.000 porsi, sehingga setiap porsi soto ayam membutuhkan biaya produksi sebesar Rp11.360.

Menghitung HPP Per Porsi

$$HPP = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Jumlah Porsi}}$$

$$HPP = \frac{34.080.000}{3.000}$$

$$HPP = 11.360$$

Perhitungan HPP per porsi dilakukan dengan membagi total biaya produksi dengan jumlah porsi yang dihasilkan selama satu bulan. Berdasarkan data produksi, usaha ini memproduksi 100 porsi per hari selama 30 hari, sehingga total produksi per bulan adalah 3.000 porsi. Dengan total biaya produksi sebesar Rp34.080.000, maka HPP per porsi yang diperoleh adalah Rp11.360. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap porsi soto ayam membutuhkan biaya produksi sebesar Rp11.360, yang kemudian menjadi acuan dalam penentuan harga jual dan perbandingan dengan target biaya.

4.2. Pembahasan

Penerapan *Target costing*

Penerapan *Target costing* dilakukan melalui beberapa tahap perhitungan. Pertama, dilakukan analisis harga pasar untuk menentukan total penjualan per bulan. UMKM Soto Ayam Lamongan menjual 100 porsi per hari dengan harga jual Rp13.000 per porsi. Dengan asumsi operasional 30 hari per bulan, total produksi adalah 3.000 porsi per bulan sehingga total penjualan mencapai Rp39.000.000 per bulan.

Tahap kedua adalah penetapan target laba. Pemilik usaha ingin meningkatkan persentase laba dari 20% menjadi 25% dari harga jual. Dengan harga jual per porsi sebesar Rp13.000, target laba yang diharapkan adalah sebesar $25\% \times \text{Rp}13.000 = \text{Rp}3.250$ per porsi.

Tahap ketiga adalah menentukan target biaya. Target biaya dihitung dengan mengurangkan target laba dari harga jual, sehingga diperoleh target biaya sebesar $\text{Rp}13.000 - \text{Rp}3.250 = \text{Rp}9.750$ per porsi. Apabila dikalikan dengan total produksi 3.000 porsi per bulan, maka total target biaya produksi adalah Rp29.250.000 per bulan. Dengan demikian, terdapat selisih biaya yang harus dihemat sebesar $\text{Rp}34.080.000 - \text{Rp}29.250.000 = \text{Rp}4.830.000$ per bulan.

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

$$\begin{aligned} \text{Target Biaya} &= \text{Harga Jual} - \text{Target Laba} \\ &= \text{Rp. } 13.000 - (25\% \times \text{Rp. } 13.000) \\ &= \text{Rp. } 13.000 - \text{Rp. } 3.250 \\ &= \text{Rp. } 9.750/\text{porsi} \end{aligned}$$

$$\text{Target biaya/bulan} = \text{Rp. } 9.750 \times 3.000 = \text{Rp. } 29.250.000$$

$$\text{Selisih yang harus dihemat} = \text{Rp. } 34.080.000 - \text{Rp. } 29.250.000 = \text{Rp. } 4.830.000/\text{bulan}$$

Tabel 5. Biaya Bahan Baku Soto Sebelum dan Sesudah Rekayasa Nilai

Bahan Baku Langsung	Sebelum	Sesudah	Selisih
Ayam	Rp. 3.600.000	Rp. 1.770.000	Rp. 1.830.000
Bumbu Dapur	Rp. 5.340.000	Rp. 2.340.000	Rp. 3.000.000
Soun	Rp. 840.000	Rp. 840.000	-
Telur	Rp. 1.500.000	Rp. 1.500.000	-
Lalapan (kol,tomat)	Rp. 1.200.000	Rp. 1.200.000	-
Kecap	Rp. 1.500.000	Rp. 1.500.000	-
Jumlah Bahan Baku Langsung	Rp. 13.980.000	Rp. 9.150.000	Rp. 4.830.000

Sumber: (Soto Ayam Lamongan, 2026)

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan perbandingan biaya bahan baku langsung sebelum dan sesudah penerapan rekayasa nilai (*value engineering*). Efisiensi biaya dilakukan pada dua komponen utama, yaitu ayam dan bumbu dapur. Biaya ayam mengalami penurunan dari Rp3.600.000 menjadi Rp1.770.000 dengan selisih sebesar Rp1.830.000, sedangkan biaya bumbu dapur turun dari Rp5.340.000 menjadi Rp2.340.000 dengan selisih sebesar Rp3.000.000.

Komponen bahan baku lainnya seperti soun, telur, lalapan, dan kecap tidak mengalami perubahan karena sudah sesuai dengan standar kualitas yang diinginkan. Secara keseluruhan, total biaya bahan baku langsung berhasil ditekan dari Rp13.980.000 menjadi Rp9.150.000, sehingga penghematan yang dicapai adalah sebesar Rp4.830.000 per bulan, sesuai dengan selisih yang ditargetkan.

Tabel 6. Perbandingan Total Biaya Sebelum dan Sesudah *Target costing*

Keterangan	Sebelum	Sesudah
Total Bahan Baku	Rp. 13.980.000	Rp. 9.150.000
Total Tenaga Kerja	Rp. 12.000.000	Rp. 12.000.000
Total Overhead	Rp. 8.100.000	Rp. 8.100.000
Total Biaya Produksi	Rp. 34.080.000	Rp. 29.250.000
Total Produksi	3.000 porsi	3.000 porsi
HPP per Porsi	Rp. 11.360	Rp. 9.750

Sumber: (Soto Ayam Lamongan, 2026)

Berdasarkan Tabel 6, terdapat perbedaan yang signifikan pada komponen biaya produksi sebelum dan sesudah penerapan *Target costing*. Biaya bahan baku langsung mengalami penurunan dari Rp13.980.000 menjadi Rp9.150.000, sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik tidak mengalami perubahan, masing-masing tetap sebesar Rp12.000.000 dan Rp8.100.000. Secara keseluruhan, total biaya produksi berhasil ditekan dari Rp34.080.000 menjadi Rp29.250.000 dengan jumlah produksi tetap sebanyak 3.000 porsi per bulan. Penurunan total biaya produksi ini berdampak pada turunnya HPP per porsi dari Rp11.360 menjadi Rp9.750, sehingga usaha dapat menjual produk dengan harga yang tetap kompetitif namun dengan biaya yang lebih efisien.

Tabel 7. Laporan Laba Rugi Sebelum dan Sesudah *Target costing*

Keterangan	Sebelum	Sesudah
Penjualan (3.000xRp.3.000)	Rp. 39.000.000	Rp. 39.000.000
HPP	Rp. 34.080.000	Rp. 29.250.000
Laba Bersih	Rp. 4.920.000	Rp. 9.750.000
Persentase Laba	20%	25%

Sumber: (Soto Ayam Lamongan, 2026)

Berdasarkan Tabel 7, penerapan *Target costing* memberikan dampak positif terhadap laba bersih usaha. Total penjualan tidak mengalami perubahan, yaitu tetap sebesar Rp39.000.000 per bulan karena harga jual per porsi dipertahankan di angka Rp13.000. Namun, penurunan HPP dari Rp34.080.000 menjadi Rp29.250.000 berdampak langsung pada peningkatan laba bersih usaha. Laba bersih meningkat dari Rp4.920.000 menjadi Rp9.750.000, sehingga persentase laba naik dari 20% menjadi 25%. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan *Target costing* berhasil membantu UMKM Soto Ayam Lamongan mencapai target laba yang diharapkan tanpa mengurangi jumlah produksi maupun harga jual kepada konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan *Target costing* dapat digunakan sebagai dasar penentuan biaya produksi pada UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi. Sebelum penerapan *Target costing*, total biaya produksi usaha sebesar Rp34.080.000 per bulan dengan harga pokok produksi sebesar Rp11.360 per porsi. Setelah dilakukan perhitungan *Target costing* dan rekayasa nilai, total biaya produksi turun menjadi Rp29.250.000 per bulan dengan harga pokok

produksi sebesar Rp9.750 per porsi. Penurunan biaya produksi sebesar Rp4.830.000 per bulan terjadi karena adanya efisiensi pada bahan baku langsung, terutama ayam dan bumbu dapur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Target costing* mampu membantu UMKM dalam mengendalikan biaya produksi tanpa mengurangi jumlah produksi sebanyak 3.000 porsi per bulan. Metode ini juga membantu usaha mencapai target laba yang diharapkan. Laba bersih meningkat dari Rp4.920.000 menjadi Rp9.750.000, sehingga persentase laba dapat mencapai 25%. Dengan demikian, *Target costing* dapat menjadi alat perencanaan biaya yang tepat bagi UMKM kuliner dalam menentukan biaya produksi, menjaga harga jual tetap bersaing, dan meningkatkan keuntungan usaha.

5.2 Saran

Pemilik UMKM Soto Ayam Lamongan di Slipi sebaiknya menerapkan *Target costing* secara rutin dalam merencanakan biaya produksi dan menentukan harga jual. Pemilik usaha perlu mencatat seluruh komponen biaya secara teratur, mulai dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, sewa ruko, listrik, air, gas, hingga biaya overhead lainnya. Pencatatan biaya yang rapi dapat membantu pemilik mengetahui jumlah biaya yang sebenarnya dikeluarkan dan laba yang diperoleh setiap bulan.

Pemilik usaha juga perlu mengevaluasi harga bahan baku secara berkala dan memilih pemasok yang mampu memberikan harga lebih efisien tanpa menurunkan kualitas bahan. Penghematan biaya harus tetap memperhatikan rasa, porsi, kebersihan, dan kepuasan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan menambahkan komponen biaya lain seperti penyusutan peralatan, biaya kemasan, dan biaya pemasaran. Penelitian berikutnya juga dapat membandingkan beberapa UMKM kuliner sejenis agar hasil analisis *Target costing* menjadi lebih luas dan dapat menjadi acuan bagi pelaku UMKM lainnya.

REFERENSI

- Armansyah, A., Matin, A. A., Araehan, M. D., & Ramadhan, S. (2025). Penerapan *Target costing* Sebagai Penentuan Harga Pokok Produksi Pada UMKM Kue Dongkal Ade. *Jurnal Manajemen Ekonomi Akuntansi*, 1(4), 251–255. <https://doi.org/10.63921/jmaeka.v1i4.71>
- Ayu, D. S., Suhendro, S., & Wijayanti, A. (2022). Analisis Penerapan *Target costing* dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Singleface pada PT. Hilal Gemilang Khair. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 397–407. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1476>
- Da Rato, E., & Wahidahwati, W. (2021). Laporan Laba Rugi Komprehensif. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 12(1), 960–970. <https://doi.org/10.23887/jimat.v12i1.31657>
- Dilasari, A. T., Pramukti, A., & Pelu, M. F. A. R. (2023). Analisis Penerapan *Target costing* Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(3), 151–163. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v6i3.638>
- Ervina, N., Zuhra, S., Werastuti, D. N. S., Amani, T., Agustina, P. A. A., Wahidahwati, ... Dura, J. (2022). Teori Akuntansi. (S. Bahri, Ed.). Bandung: Media Sains Indonesia. <https://www.myedisi.com/medsan/521222/teori-akuntansi>
- Harefa, P. R. A., Zebua, S., & Bawamenewi, A. (2022). Analisis Biaya Produksi Dengan Menggunakan *Metode Full Costing* Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 218–223. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i2.36>
- Haryanti, E., & Rijanto, R. (2024). *The Effect of Sales Volume and Production Costs on Net Profit at PT. Indofood Sukses Makmur Tbk: Case Study Listed on the Indonesia Stock Exchange for the Period 2016-2023*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 375–386.
- Hidayat, W. W. (2018). *Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan*. (F. Fabri, Ed.) (Pertama). Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hurriyaturrohman, Widaryanti, Hidayaty, D. E., Siagian, A. O., Ardiany, Y., Yuniarti, R., ... Akbar, M. A. (2022). *Manajemen Biaya: Konsep dan Implementasi*. (Hartini, Ed.). Bandung: Media Sains Indonesia.

- Lomboan, T. Y., Pusung, R. J., & Mintalangi, S. S. E. (2025). Analisis Penerapan *Target costing* Dalam Pengendalian Biaya Produksi Untuk Efisiensi Proses Produksi Pada UD. Sumber Rejeki. *Manajemen Bisnis Dan Keuangan Korporat*, 3(2), 544–553. <https://doi.org/10.58784/mbkk.387>
- Mustika, I., Ferdila, F., Khadijah, K., & Sumardin, S. (2024). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Menentukan Harga Jual Produk Pada UMKM Kuliner di Kelurahan Bengkong Sadai Kota Batam. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(1), 543–550. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i1.4115>
- Na'illatulloh, S., Zanah, N. M., & Fitriana, N. L. (2024). Analisis Biaya Produksi *Homemade Cookies CookieKu. Worksheet: Jurnal Akuntansi*, 4(1), 76–82.
- Nangoy, Y. T., Tirayoh, V. Z., & Mintalangi, S. S. E. (2022). Penerapan *Target costing* Sebagai Upaya Peningkatan Laba Pada UMKM Sumaru Endo di Masa Pandemi *Covid-19*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 570–579. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42613>
- Pasaribu, E. M. W., & Hasanuh, N. (2021). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(2), 731–740. <https://doi.org/10.31539/costing.v4i2.1625>
- Rozi, F., & Shuwiandi, K. (2022). Analisis Biaya Produksi Guna Menentukan Harga Jual PT. Selera Rodjo Abadi Semarang. *Worksheet: Jurnal Akuntansi*, 1(2), 125–132. <https://doi.org/10.46576/wjs.v1i2.2121>
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen: Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Saleh, L., Monoarfa, R., & Panigoro, N. (2022). Analisis Biaya Produksi Dengan Pendekatan *Target costing* Dalam Meningkatkan Laba Pada Yango Bakery. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 397–415. <https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.15339>
- Sidik, N. N. M., & Nugroho, G. W. (2022). Penerapan Metode *Target costing* dalam Upaya Efisiensi Biaya Produksi untuk Meningkatkan Laba UMKM pada UMKM Sinar Terang Awning. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 11(1), 78–90. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v11n1.p78-90>